SOZIOLOGIE
DES
HANDELSAGENTURWESENS.

INAUGURAL-DISSERTATION

ZUR

ERLANGUNG DER DOKTORWÜRDE

DER

HOHEN PHILOSOPHISCHEN FAKULTÄT

DER

FRIEDRICH-ALEXANDERS-UNIVERSITÄT
ERLANGEN

ACAD.
LUGD.BAT.
BIBL.

VORGELEGT

VON

Paul Behm
aus Berlin.

Tag der mündlichen Prüfung:
12. Januar 1912.

Greifswald,
Königliche Universitäts-Buchdruckerei.
1912.

87

HERRN GEHEIMEM REGIERUNGSRAT

DR. HERMANN PAASCHE

ERSTEM VIZEPRÄSIDENTEN DES REICHSTAGES

IN DANKBARKEIT UND VEREHRUNG

INHALT.

Seite

Erster Abschnitt: Begriff und Name des Handelsagenten . . 1

Zweiter Abschnitt: Die volkswirtschaftliche Funktion des Handelsagenten in sozialpsychologischer Betrachtungsweise 21

Dritter Abschnitt: Die psychologische Stellung des Handelsagenten zur Ware 29

Vierter Abschnitt: Soziologische Formung des Agenturverhältnisses 33

Fünfter Abschnitt: Zusammengefaßte Psychologie des Handelsagentenberufes 46

Sechster Abschnitt: Soziale Zusammensetzung des Agenturgewerbes 61

Siebenter Abschnitt: Umfang des Agenturgewerbes 80

Achter Abschnitt: Gliederung des Agenturgewerbes 102

Anhang:

A. Statistischer Teil 111

Verzeichnis der Tabellen 117

B. Literatur 119

Soziologie
des
Handelsagenturwesens

Erster Abschnitt.

Begriff und Name des Handelsagenten.

„Agent" ist ein Wort von erdrückender Vieldeutigkeit, die es berechtigt erscheinen läßt, von einem „chaotischen Begriffswirrwarr"[1]) bei seiner gewöhnlichen Verwendung zu sprechen. Der Sprachgebrauch ist bei diesem Worte von einer solchen in allen möglichen Abtönungen schillernden Unsicherheit, daß er keinen Anhalt zur Erfassung des sachlichen Inhaltes abgeben kann, der hier gemeint ist. Denn es ist nicht nur ein unsicherer Sprachgebrauch für eine im wesentlichen feststehende Sache, sondern die Grenzen des Begriffes selbst erscheinen derart verschwimmend nach allen Richtungen hin, daß die Absicht einer präzisen Definition daran scheitert; der Begriff „Agent" „zeigt sich gegenüber den wechselnden Anforderungen des geschäftlichen Verkehres als so elastisch, daß dessen Definition der Wissenschaft einige Schwierigkeiten bereitet"[2]). Die Wissenschaft, sowohl Jurisprudenz wie Nationalökonomie, hat sich denn auch lange Zeit dieser Aufgabe entzogen und diese Haltung mit den aus der Unbestimmtheit des Begriffes sich ergebenden Schwierigkeiten ausdrücklich ständig begründet. Der historische Verlauf ist sogar so gewesen, daß einzelne Erfolg versprechende Ansätze zur wissenschaftlichen Deutung des „Agenten" angesichts der mit der wirtschaftlichen Entwicklung zunehmenden Mannigfaltigkeit der Erscheinungen z. T. bewußt wieder aufgegeben worden sind[3]).

Es erscheint bei dieser Sachlage beinahe hoffnungslos, einen einheitlichen rechtlichen Typus des Agenten zu erfassen oder einen festen wirtschaftlichen Kern desselben herauszu-

---

[1]) H. Wüstendörfer in der Zeitschr. f. d. gesamte Handelsrecht, Bd. 58, S. 119.

[2]) J. Grunzel, System der Handelspolitik, S. 108.

[3]) s. namentlich den Verlauf der Verhandlungen auf den sog. „Nürnberger Konferenzen" zur Beratung eines allgemeinen deutschen Handelsgesetzbuches, 1857—61, sowie die Haltung von L. Goldschmidt zu dieser Frage.

schälen. Dergleichen logische Definitionsversuche versagen an der Fülle dieser Erscheinungen und ihrer Buntheit. Es muß bei allen Bemühungen, von sozialen oder wirtschaftlichen Gesichtspunkten aus sich mit dem „Agenten" zu befassen, bezüglich der Abgrenzung des Gegenstandes der Betrachtung von vornherein das Recht einer Art von Oktroyierung in Anspruch genommen werden und der Kritik und weiterer auf Grund eingehender, fortgesetzter Beobachtung sich bildenden Erfahrung überlassen bleiben, hieran ihre Ausstellungen und Berichtigungen anzuknüpfen.

Immerhin muß wohl bei einer solchen Gelegenheit der Versuch gewagt werden, einmal dem nachzugehen, was über den Agentenbegriff allgemein feststellbar ist. Etymologie scheidet dabei allerdings ohne weiteres aus; derartige Betrachtungen, die gelegentlich auch an diesem Gegenstande unternommen worden sind, führen den Erscheinungen lebendiger Wirklichkeit gegenüber zu nichts.

Das gemeinsame Moment, das alle Fälle umschließt, wenn von einem „Agenten" die Rede ist, ist immer versucht worden, so zu fassen, namentlich auch in den Darlegungen des Handelsrechtslehrers Goldschmidt[1]), daß „Agent" ist, wer die Geschäfte anderer besorgt. Dieses Merkmal trifft in der Tat wohl in den meisten Fällen zu, in denen man von einem Agenten spricht. Doch ist natürlich nichts damit anzufangen. Denn der Zweifel beginnt schon, wenn man einen Schritt weitergeht und sich an die zunächst nur wenig erweiterte Definition anschließen möchte, die sich in einem französischen juristischen Wörterbuche vorfindet: „L'agent d'affaires est celui qui fait profession, moyennant rétribution, de gérer les affaires d'autrui"[2]). Dies wird dann später dahin ausgeführt: „La profession d'agent d'affaires a pour objet de remplir les vides que laissent les autres professions qui ont pour but la gestion des intérêts des citoyens"[3]). Es taucht da die primitive Frage auf: Enthält denn das Wort „Agent" überhaupt eine Berufsbezeichnung? Eine bestimmte gewiß nicht. Wenn man daran denkt, was

---

[1]) Handbuch des Handelsrechts, 2. Aufl., S. 634.

[2]) Pandectes Françaises, 4. Bd., S. 662.

[3]) ibidem.

alles z. B. in Zeitungsberichten unter dem Namen „Agent“ einherläuft, wo es bisweilen den Anschein hat, als ob das Wort nur als Verlegenheitsbezeichnung für irgend welche unbestimmten Personenkreise gewertet und benutzt wird [1]), so erscheint freilich alles zweifelhaft. Es muß die Absicht einfach vorausgesetzt werden, nur berufsmäßige, entgeltliche Tätigkeit als Agententätigkeit gelten zu lassen und zu behandeln. Aber auch dann kündet die obige Erklärung gerade deutlich den vorliegenden Übelstand an: Der „Agent“ dient nicht bloß dazu, „les vides“ im Wirtschaftsleben auszufüllen, sondern der Name „Agent“ wird zugleich zum Lückenbüßer für alle möglichen Erscheinungen, für die es sonst an Begriff und Namen fehlt. Da stellt eben das Wort „Agent“ zur rechten Zeit sich ein. Wie noch zu bemerken sein wird [2]), dient in ähnlicher Weise der Reichsstatistik die Berufsart „Handelsvermittelung“ als eine solche allgemeine Sammelkategorie, in der auch der „Agent“ in den häufigsten seiner Erscheinungsformen Platz findet. Ein Anhalt zu irgend einer definitionsmäßigen Absonderung des „Agenten“ ist auch damit natürlich nicht dargeboten.

Erkennt man aber die obigen spärlichen Merkmale des Agentenbegriffs an, so kann man wohl ein weiteres hinzufügen, das sich dem Beobachter leicht aufdrängt. Denn das Wahrnehmen der Geschäfte anderer ist nicht das eigentlich Kennzeichnende, das eine besondere Berufsbezeichnung fordert. Jeder Beauftragte und Bedienstete tut ja schließlich das gleiche. Hier ragt aber nun eine Tatsache mit ziemlicher Schärfe hervor: Wer immer als „Agent“ für andere tätig wird, wird bei dieser Tätigkeit einer erheblichen Selbständigkeit sich erfreuen, vor allen Dingen nach außen hin in der Art und in der Richtung, in der diese Tätigkeit ausgeübt wird. Aber auch in dem Verhältnis nach innen, also demjenigen gegenüber, für den die Agententätigkeit entwickelt wird, gehört eine gewisse tatsächliche, wenn auch nicht immer gerade ausdrücklich rechtlich festgelegte Selbständigkeit zum notwendigen Begriffselement des Agenten. Denn es ist ja klar, daß eine weitgehende Unabhängigkeit nach außen hin schließlich auch eine sichere Unabhängigkeit in diesem inneren Verhältnis nach sich ziehen muß. So trifft dieses Mo-

[1]) s. z. B. die gelegentliche Blütenlese im „Waren-Agent“, 1908, Nr. 39, S. 305 ff., Nr. 41, S. 321, Nr. 43, S. 338.

[2]) s. 7. Abschnitt, bes. S. 82.

ment z. B. auch auf die am weitesten abseits liegende Bezeichnung des „diplomatischen Agenten“ zu, der sich bei strenger rechtlicher Bindung an die Instruktionen seiner Regierung tatsächlich doch immer einer großen Unabhängigkeit innerhalb des Bereiches seiner Tätigkeit erfreuen wird. Im übrigen darf es als selbstverständlich angenommen werden, daß der Begriff des Agenten in erster Linie dem Erwerbsleben und dem rechtsgeschäftlichen Verkehr darin angehört. — Von dem bloß mit der Geschäftsführung für einen anderen Beauftragten unterscheidet den Agenten die Feststellung der Berufsmäßigkeit seiner Tätigkeit hinreichend. Doch muß dies Merkmal noch erweitert werden. Diese berufsmäßige Tätigkeit des Agenten wird einem bestimmten anderen in gewissem Maße dauernd gewidmet, nicht intermittierend in einzelnen Geschäftsakten, sondern in stetiger Bemühung und auf eine bestimmte, lückenlose Zeitfolge; so urteilt Lexis in Schönbergs „Handbuch der Politischen Ökonomie“ über den Agentenbegriff, es sei „diese Bezeichnung denen vorzubehalten, welche ihre Vermittlungsdienste nicht fortwährend dem Geschäftspublikum überhaupt anbieten, sondern im Einkauf oder Verkauf nur ein einziges Haus, oder, wenn mehrere, doch nur solche vertreten, die nicht miteinander in Konkurrenz stehen“ [1]). Die Agententätigkeit besteht also nicht in Erfüllung einzelner Aufträge, nach deren Erledigung die Beziehungen von neuem aufzunehmen wären, wenn sie nicht von selbst ablaufen sollen. Dies ist im Kernpunkt die innere Unterscheidung von den verwandten Tätigkeiten der Makler und z. T. der Kommissionäre [2]).

Das sind die Allgemeinheiten, die man etwa dem Agentenbegriff ablesen kann — wenn man von den angedeuteten, offenbaren Willkürlichkeiten des Sprachgebrauchs absieht. In Bezug auf die Absicht einer bestimmten Umgrenzung des Begriffs leisten diese Resultate, wie schon vorweggenommen, nichts Erhebliches. Die historische Entwicklung der Erkenntnis dieser Begriffsmerkmale und ihre allmähliche Durchsetzung in dem Bewußtsein der praktisch und wissenschaftlich daran interessierten Kreise wäre vielleicht von einigem Werte zu verfolgen. Zu dem Ziele einer einheitlichen Begriffsfeststellung des „Agenten“ gelangt

---

[1]) II. Bd., 2. Halbbd., S. 239.

[2]) Dies entspricht der Auffassung von Sombart; s. dessen „Der moderne Kapitalismus“, II. Bd., S. 408.

man aber auch auf diesem Wege nicht. An diesem Punkte hat vielmehr die schon im voraus gerechtfertigte, lediglich an einer entsprechenden Kenntnis des Wirtschaftslebens orientierte Eigenmächtigkeit einzusetzen.

* * *

Rechtlich liegt ja die Sache günstiger, seitdem der Gesetzgeber sich zu einem Vorgehen letzterer Art entschlossen hat, indem er durch das Handelsgesetzbuch vom 10. Mai 1897 in § 84 definierte, „Handlungsagent" solle heißen:

> „wer, ohne als Handlungsgehilfe angestellt zu sein, ständig damit betraut ist, für das Handelsgewerbe eines anderen Geschäfte zu vermitteln oder im Namen des anderen abzuschließen."

Die rechtliche Selbständigkeit dieses „Handlungsagenten" ist mit Recht an den Anfang gestellt; als zweites Charakteristikum folgt die Betonung der Ständigkeit seiner Tätigkeit. Von dieser Tätigkeit gibt es nach dem Gesetze zwei mögliche Fälle, das „Vermitteln von Geschäften" und das „Abschließen von Geschäften" — den „Vermittlungsagenten" und den „Abschlußagenten". Wie noch zu erörtern sein wird, ist die Unterscheidung mehr juristisch als wirtschaftlich von Belang. Die wesentliche Beschränkung, die in dieser juristischen Definition gegenüber dem populären Agentenbegriff enthalten ist, liegt darin, daß derjenige, der einen „Handlungsagenten" mit einer Tätigkeit betraut, ein Handelsgewerbe betreiben, also Kaufmann sein muß [1]). Die Handlungsagenteneigenschaft ist also an die Kaufmannseigenschaft des- oder derjenigen gebunden, für den oder die die Agententätigkeit geleistet wird. Damit wird der sog. „Zivil-" oder „Gelegenheitsagent" ausgeschieden, für den in der Hauptsache das Bürgerliche Gesetzbuch gilt [2]). Da es aber gleichgültig hierbei ist, auf welcher

---

[1]) Diese Bestimmung ist für die beiden Arten der Agententätigkeit, die das Gesetz unterscheidet, als notwendig und gültig aufzufassen, sowohl für das „Vermitteln" wie für das „Abschließen". Wenn in letzterer Beziehung der Wortlaut des § 84 H.G.B. nur vom „Abschließen im Namen des anderen" spricht, so ist hierbei ebenfalls aus dem Zusammenhang mit dem ersteren Fall zu ergänzen: „Abschließen im Namen des anderen für dessen Handelsgewerbe." Auch dieser andere, für den „abgeschlossen" werden soll, muß Kaufmann sein. — s. K. Jacusiel, Das Recht der Agenten, Mäkler und Kommissionäre, Heft I, 2. Aufl., S. 7.

[2]) s. die Kommentare zum H.G.B. in ihren Anmerkungen zu § 84: H. Staub, 8. Aufl., Anm. 7, S. 358; S. Goldmann, Bln. 1901, Anm. 1, S. 399/400; K. Lehmann u. V. Ring, Bln. 1902, Bd. 1, Anm. 1, S. 192.

der im Gesetz aufgestellten Möglichkeiten die Kaufmannseigenschaft beruht [1]), insbesondere Vollkaufmann wie Minderkaufmann [2]) durch die Übertragung der Vermittlung oder des Abschlusses von Geschäften jemandem die Rechtsnatur eines „Handlungsagenten" verleihen kann [3]), so ist der Umfang der Personen, die auf die letztere Bezeichnung Anspruch erheben können, sehr groß. Insbesondere ist die Art der Geschäfte, die hierfür in Frage kommen, ganz gleichgültig.

Diese Eigentümlichkeit teilt die Sprache des Gesetzes mit dem Sprachgebrauch des alltäglichen Lebens. Es ist da von keiner Bedeutung, welcher Art die Tätigkeit sonst ist, die unter dem Agentennamen ausgeübt wird, vielmehr kann diese den verschiedensten menschlichen Arbeitsgebieten angehören; so begegnen uns im Leben Waren- und Versicherungsagenten der verschiedensten Zweige, Bank-, Grundstücks-, Hypotheken-, Musik- und Theateragenten, Inseraten-, Transport-, Auswanderungs-, Export- und Importagenten. Alle diese Personen sind oder können wenigstens sein „Handlungsagenten" im Sinne des Gesetzgebers, sofern nämlich die übrigen von dem Gesetze aufgestellten Merkmale, namentlich auch das der Selbständigkeit, bei ihnen zutreffen [4]).

*

Es ist klar, daß eine eigene wirtschaftlich oder sozial irgendwie zu kennzeichnende Berufsschicht damit nicht gegeben ist. Es muß also jedem Versuch einer Betrachtung solcher Art eine in ihrem Umfange durch wirtschaftliche Grenzlinien erheblich verkleinerte Begriffsbestimmung zugrunde gelegt werden. Sieht man sich mit dieser Absicht in der nationalökonomischen Literatur um, so unternahm schon vor der Formulierung des handelsrechtlichen Begriffs des „Handlungsagenten" Ehrenberg den Versuch einer Definition des Agenten in der gewünschten Weise, nachdem er die Schwierigkeiten rein logischer Fixierung des Begriffs hervorgehoben hatte: „Um indes die wirtschaftliche Bedeutung des Agenturwesens zu würdigen, ist

---

[1]) §§ 1, 2, 3, 6 H.G.B. [2]) § 4 Abs. 1 H.G.B.

[3]) s. K. Gareis, Das deutsche Handelsrecht, 8. Aufl., S. 462.

[4]) Einige der aufgezählten Kategorien sind in ihrer gewöhnlichen Erscheinungsform als „Handelsmäkler" im Sinne des § 93 H.G.B. zu charakterisieren, so namentlich die Hypotheken-, Musik-, Theateragenten, wie wohl immer auch die Stellenvermittlungsagenten.

es notwendig und möglich, dasselbe begrifflich von den verwandten Geschäftsarten abzusondern. Dies geschieht, wenn man als Agenten jeden selbständigen Angehörigen des Handelsstandes betrachtet, der von anderen, in der Regel auswärts wohnenden Geschäftsleuten dauernd beauftragt wird, an seinem Wohnplatze oder in einem größeren, meist deutlich begrenzten Gebiete Handelsgeschäfte im Namen seiner Auftraggeber abzuschließen, Kundschaft für sie zu erwerben oder sonst ihr Interesse wahrzunehmen“ [1]).

Ehrenberg bezeichnet die später erfolgte gesetzliche Definition mit Recht als „im wesentlichen hiermit übereinstimmend“ [2]). Eine eigentlich wirtschaftliche Definition ist das jedoch ebenfalls nicht, obwohl die erörterten allgemeinen Momente des Agentenbegriffs gut darin zum Ausdruck gelangen. Auch dieser Rahmen ist für eine wirtschaftliche Auffassung und Betrachtung zu weit gespannt. Einer solchen kam das Reichsgericht in seiner für die Entwicklung des Agentenrechts bedeutungsvollen Entscheidung vom 2. Juli 1892 [3]) schon näher, in der es in aller Kürze die definitionsartige Feststellung traf,

> „daß dem Agenten das Recht übertragen wird und er die Pflicht übernimmt, dauernd für den Umsatz der Ware seines Kommittenten in einem mehr oder weniger begrenzten Gebiete zu sorgen und hierbei dessen Interesse zu wahren, daß jedoch der Agent in kein Dienstverhältnis zum Kommittenten tritt“ [4]).

Die Beschränkung auf den Warenagenten, die hier zugrunde gelegt ist, erscheint doch recht wichtig.

Schmoller gibt in der gleichen und einer zugleich ziemlich erschöpfenden Weise über die Eigenart und des Wesens der Agenten folgende Darstellung:

> Sie „sind Vermittler aller Art, suchen hauptsächlich den Warenabsatz für Fabriken an dritten Orten, in großen Städten, Seeplätzen, fernen Ländern zu gewinnen. Sie dienen so ähnlichen Zwecken wie die Reisenden der großen Geschäfte, deren Zahl im 19. Jahrhundert so außerordentlich zunahm. Aber der Reisende ist Beamter eines Geschäfts, einer Fa-

---

[1]) Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 1. Aufl., I. Bd., S. 48.

[2]) Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 3. Aufl., I. Bd., S. 49.

[3]) Entscheidungen des Reichsgerichts in Zivilsachen, Bd. XXXI, S. 59ff.

[4]) a. a. O., S. 60.

brik; er wird mit festem Gehalt, vielleicht daneben mit Provision bezahlt. Der Agent ist selbständiger Gewerbetreibender, er erhält regelmäßig eine Provision. Er ist für ein bestimmtes örtliches Gebiet bestellt, hat häufig ein Musterlager, vertritt oft mehrere Häuser, denen er zugleich Mitteilungen über den Bedarf der Kunden, über die Absatzmöglichkeit macht. Er verkauft teils reisend, teils am Orte seines Wohnsitzes, aber nicht auf seine Rechnung, sondern auf die seiner Auftraggeber. Große Maschinen-, Textil-, Zigarrenfabriken haben so ihre Agenten an den Hauptverkaufsplätzen“ [1]).

Bedeuten diese Worte auch keine eigentliche wissenschaftliche Definition, namentlich nicht in juristischer Schärfe, so geben sie doch in glücklicher Konzentration die hauptsächlichste wirtschaftliche Situation des Agenten, und zwar in seinem Haupttypus, dem Warenagenten, wieder. Es kann einem Zweifel nicht unterliegen, daß allein auf diese Weise einer beschreibenden Darstellung eine wirtschaftlich brauchbare Vorstellung davon gewonnen werden kann, welcher Ausschnitt aus dem Komplex der wirtschaftlichen Erscheinungen, die das Leben als „Agenten“ bezeichnet, im Einzelfalle betrachtet werden soll. Ein offener Blick in das wirtschaftliche Leben zeigt auch, daß der oben dargestellte Warenagent sowohl zahlenmäßig, wie seiner Bedeutung für die Volkswirtschaft nach der wesentliche Bestandteil des immer noch in reichlicher wirtschaftlicher Verschiedenartigkeit angehäuften Berufskonglomerats ist, welches das Gesetz unter dem Namen der „Handlungsagenten“ zusammenfaßt. Es kann sich also, wenn vom „Agenten“ die Rede sein soll, zunächst nur darum handeln, diese bestimmte Hauptkategorie einer Betrachtung auf seine soziale Eigenart und seine sozialen Beziehungen zu anderen Berufsschichten hin zu unterziehen.

Die bestimmte Entgegenstellung des Warenagenten zu allem übrigen, was im Handelsverkehr sonst noch als „Agent“ funktioniert, findet sich auch in einer alten, obzwar knappen, doch in dieser Kürze ganz vortrefflichen Definition von Eyber angedeutet:

„Agenten sind selbständige Kaufleute, welche aus dem Absatze oder Ankaufe von Waren sowie dem Abschlusse von

[1]) Grundriß der allgemeinen Volkswirtschaftslehre, 2. Teil, Lpzg. 1904. S. 35.

Handelsgeschäften im Auftrage auswärtiger Handlungshäuser von einem örtlichen Mittelpunkte, dem Orte ihrer (der Agenten) Niederlassung aus ein Gewerbe machen“ [1]).

Hier sind gerade die wirtschaftlich wesentlichen Züge des Agenten in einem engeren, ganz modernen Sinne mit Schärfe herausgebracht. Es ist zwar nicht zum Ausdruck gekommen, daß der Agent nicht nur für seinen Auftraggeber, sondern auch in dessen Namen handelt — die juristische Scheidung vom Kommissionär. Diese fehlt übrigens auch in der vorerwähnten Reichsgerichtsentscheidung. Doch ist das eine juristische Feinheit, die wirtschaftlich ziemlich bedeutungslos erscheint und als selbstverständlich ergänzt werden kann. Ebenso steht es mit den juristischen Einwendungen, die etwa gegen den Gebrauch des Ausdruckes „Auftrag“ für die Übertragung der Agentur zu machen wären. Auch hierdurch wird der wirtschaftliche Sinn der obigen Definition nicht alteriert. Wirtschaftlich viel wichtiger ist z. B. die Hervorhebung, daß der Agent für auswärtige Handlungshäuser tätig wird. Das entspricht dem wirtschaftlichen Hauptfalle, gilt natürlich nicht völlig ausschließlich. Ebenso ist wichtig und der Regel entsprechend die Feststellung des örtlichen Mittelpunktes, von dem aus der Agent in Tätigkeit tritt. Es ist dies, wie leicht hinzuzudenken und in allen letzterwähnten Definitionen auch ausdrücklich ausgeführt worden, ein Mittelpunkt, der einem bestimmten, dem Agenten allein vorbehaltenen Tätigkeitsgebiete, seinem „Bezirke“, angehört. Wenn nichts anderes ausgemacht ist, gilt der Agent heutzutage als „Bezirksagent“ [2]), als „ständiger Agent“, wie man ihn früher nannte. Ist der Bezirk klein, fällt er mit dem Orte des Domizils des Agenten zusammen, so haben wir die technische Bezeichnung des „Platzagenten“, des „stabilen“ Agenten nach Grunzel [3]).

Als im Jahre 1886 der Verein Berliner Agenten, der erste Berufsverein der Agenten, gegründet wurde, mußte er sich natürlich mit der Frage befassen, wer denn überhaupt „Agent“ sei. So fand er sich in der folgenden, äußerst praktischen Weise damit ab:

---

[1]) „Die Agenten und ihre handelsrechtliche Stellung“, in Gruchots „Beiträgen“, 13. Jg., 1869, S. 391.

[2]) Im offenen Gegensatz zu § 89 H.G.B., der diesen Fall noch als Ausnahmefall behandelt; s. „Der Waren-Agent“, 1910, Nr. 8, S. 61, sowie 1911, Nr. 36, S. 289.

[3]) System der Handelspolitik, S. 110.

„Als Agenten im Sinne des Vereins gelten nur solche, die als Vertreter von bestimmten Fabrikanten, Kommissions- und Exporthäusern mit Geschäftsleuten arbeiten. Agenten, welche mit Privaten arbeiten, sind mit Ausnahme von Vertretern der Maschinen- und bautechnischen Branche grundsätzlich ausgeschlossen“ [1]).

Später erfolgte die ergänzende Deklaration, daß Mitglied jeder Agent werden könne, „der im Sinne des Deutschen Handelsgesetzbuches ein selbständiges Gewerbe betreibt“, und die der späteren gesetzlichen Regelung entsprechende Bestimmung:

„Als Agenten im Sinne des Vereins gelten nur solche, die als Vertreter von bestimmten Geschäftsherren arbeiten“ [2]).

In dem zuerst wiedergegebenen Wortlaut kommt als ein weiteres wichtiges wirtschaftliches Moment zum Agentenbegriff der grundsätzliche Ausschluß der Privatkundschaft vom Tätigkeitsgebiet des Agenten hinzu. Auch dies entspricht sowohl der Regel, wie insbesondere dem Fortgange der Entwicklung. Der typische Warenagent beschäftigt sich nicht mit dem eigentlichen Konsumenten. Soweit solches geschieht, haben wir andersartige wirtschaftliche Erscheinungen vor uns, die mit dem eigentlichen Warenagenten wirtschaftlich und sozial nichts oder wenig gemein haben. Dieser vermittelt innerhalb des Warenverkehrs, nicht an seinem letzten Ende, also zwischen Fabrikanten, Produzenten und Kaufleuten oder zwischen Kaufleuten verschiedener Stufen im Handel, somit immer zwischen Kaufleuten im Sinne des Handelsgesetzbuchs [3]). So wird dieser Agent im vollen Wortsinne:

„Handelsagent“.

* * *

Faßt man unter Anknüpfung an die gesetzliche Definition die verschiedenen in den vorstehenden Ausführungen enthaltenen Kriterien des Agentenbegriffs zusammen, so kann man schließlich folgenden Typus des modernen „Agenten“ feststellen.

---

[1]) Satzung des Vereins Berliner Agenten von 1886, § 2b.

[2]) Satzung des Vereins Berliner Agenten von 1897, § 2a.

[3]) Die einzige Ausnahme ist der landwirtschaftliche Urproduzent, an den natürlich die für seinen Betrieb erforderlichen Waren z. T. ebenfalls durch Agenturvermittlung gelangen, der aber nach § 8 Abs. 1 H.G.B. in der Regel nicht Kaufmann ist.

Dieser Agent ist zunächst (nach § 84 Abs. 1 in Verbindung mit § 1 Abs. 2 Ziffer 7 H.G.B.):

1) ein Gewerbetreibender,
2) als solcher selbständig, und zwar
3) Kaufmann.

Dabei liegt die Eigenart seines selbständigen kaufmännischen Gewerbebetriebes darin,

4) daß dessen wirtschaftlicher Zweck mit dem wirtschaftlichen Zweck eines anderen Gewerbebetriebes eine festbestimmte innere Verbindung hat.

Es besteht also kein bloß äußerlicher, etwa zwangsweise aus wirtschaftlichen, sozialen oder sonstigen Abhängigkeitsverhältnissen heraus erfolgender Zusammenhang wirtschaftlicher Interessen und auch keine mehr zufällig sich herausstellende, vereinzelte Interessenharmonie sekundärer oder partikularer Natur, sondern fester aus einem Parallelismus der beiderseitigen wirtschaftlichen Zwecke sich ergebender Zusammenschluß der wirtschaftlichen Interessen. Auf eine bestimmte Strecke hin gehen diese in ihrer Totalität konform, doch ohne in Identität überzugehen. Aus diesem Parallelismus der Zweckreihen und dieser inneren Verbindung ergibt sich weiterhin:

5) daß der andere, mit dessen Gewerbebetrieb diese Verbindung besteht, ebenfalls Kaufmann sein muß (cf. § 84 Abs. 1 H.G.B.),
6) daß diese Verbindung ständig ist, d. h. für eine gewisse bestimmte oder unbestimmte Dauer gilt (cf. § 92 Abs. 1 H.G.B.).

Hierbei ist äußerlich der Gewerbebetrieb an dem des anderen Kaufmanns orientiert, geschieht also

7) für dessen Rechnung,
8) in dessen Namen,
9) in dessen Geschäften, also der Regel nach in Handelsgeschäften (§§ 1 Abs. 2, 343, 344 H.G.B.).

Trotz der innigen Verbindung beider Gewerbebetriebe besteht aber doch beiderseits volle wirtschaftliche Selbständigkeit. Es wird nicht etwa eine einheitliche Unternehmung oder eine irgendwie rechtlich zu konstruierende „Gesellschaft“ der beiden Gewerbetreibenden begründet; es besteht keinerlei gesellschaftsartiges Verhältnis zwischen ihnen.

Diese Selbständigkeit auf beiden Seiten kommt insbesondere an zwei Tatsachen deutlich zum Ausdruck: Einmal für den Agenten dadurch,

10) daß seine gewerbliche Tätigkeit koordiniert für die Gewerbebetriebe mehrerer solcher „anderen" Kaufleute ausgeübt werden kann und regelmäßig ausgeübt wird, allerdings ohne eine unmittelbar schädigende Konkurrenz derselben untereinander herbeizuführen — was ja der Enge der Beziehungen zu einem jeden von ihnen widersprechen würde —

und für die andere Seite dadurch,

11) daß die Tätigkeit des Agenten in der Regel keine unmittelbare, äußere Bindung des „anderen" Kaufmannes bewirkt; sie geschieht deshalb zumeist in der rechtlichen Form der Vermittlung, seltener in der des Abschlusses von Geschäften.

Das ganze Verhältnis gestaltet sich so durchgehend polarisch: nach den beiden Gegensätzen der inneren Verbindung und der dabei zugleich bestehenden vollkommenen Selbständigkeit beider Teile. „Etwas Zwiespältiges" hat man im Wesen des Agententums zu erkennen gemeint [1]) — in der Gegensätzlichkeit dieser beiden hauptsächlichen sozialen Orientierungspunkte des Agenturverhältnisses liegt der Kern einer solchen Anschauung. Mit außerordentlicher Schärfe hat das wirtschaftliche Leben und, daran sich anschließend, auch die rechtliche Konstruktion dieses Verhältnisses beide Beziehungen herausgebildet und doch zugleich miteinander in Einklang gebracht. Aus dieser klar vorliegenden Tatsache ist gerade angesichts der Kompliziertheit dieser Erscheinungen schon rein logisch der Rückschluß auf eine mit außerordentlicher Stärke sich Geltung verschaffende wirtschaftliche Notwendigkeit dieser Geschäftsform des Agenturgewerbebetriebes zu ziehen.

Dieses Verhältnis weitgehender Selbständigkeit bei größter Enge der wirtschaftlichen Verbindung zeigt sich auch an der privatwirtschaftlichen Kernfrage, der nach der Art des Ertrages eines solchen Geschäftsbetriebes:

12) Der Ertrag ergibt sich fast ausnahmslos in der Form der Provision.

---

[1]) Dr. Ehlers auf dem I. Kongreß Deutscher Agenten zu Berlin 1902; s. Protokoll, S. 19.

Er bemißt sich also pari passu nach dem Wertumsatz der zum Abschluß gelangten Geschäfte. Es ist also weder ein Anteil am Gewinn — was der Selbständigkeit beider Teile zuwiderlaufen würde — noch eine gehaltsmäßig ausgestaltete Vergütung — die eine innere Verbindung zweier selbständigen Gewerbebetriebe ausschlösse und gleichfalls der parallelen Selbständigkeit Eintrag tun würde.

Ähnlich steht es mit der umgekehrten Frage nach den Betriebsunkosten eines Agenturgewerbebetriebes:

13) Die im regelmäßigen Geschäftsbetriebe entstehenden Kosten und Auslagen trägt der Agent selbst (v. § 90 H.G.B.), also die Generalunkosten seines Gewerbebetriebes.

So ist dessen Selbständigkeit voll gewahrt. Natürlich ist nicht damit gesagt, daß nun die für den einzelnen Fall speziell im Interesse des vertretenen Kaufmannes gemachten Aufwendungen ebenfalls in dieser Weise auf den Agenturbetrieb abgewälzt werden müßten. Das stände umgekehrt ebenso wenig mit voller Selbständigkeit im Einklang. Daraus ergibt sich:

14) Der Agent berechnet nach Handelsbrauch im allgemeinen Portispesen und ähnliche auf den einzelnen Geschäftsfall zurückzuführende bare Auslagen — ebenso wie der Kommissionär und wie der Bankier.

Diese Merkmale umrahmen den gesetzlichen Begriff des „Handlungsagenten".

Die Punkte 4 und 6 ergeben namentlich die begriffliche Unterscheidung vom Makler, der rechtlich nicht mit einer Partei, sondern mit den beiden, zwischen denen er vermittelt oder abschließt, in ein Vertragsverhältnis tritt und nur von Fall zu Fall tätig wird, die Punkte 6, 8 und 11 ebenso die Unterscheidung vom Kommissionär, der z. T. gleichfalls nur in einzelnen Geschäftsabwickelungen, immer aber in eigenem Namen handelt und zwar abschließt.

Einige der obigen Merkmale sind auf Grund der vorhergehenden Erläuterungen durch folgende ergänzende Bestimmungen zu erweitern:

9a) Die Geschäfte sind Warengeschäfte; sie erstrecken sich in der Mehrheit der Fälle auf den

Verkauf, seltener auf den Einkauf von Waren: „Verkaufsagent“ und „Einkaufsagent“.

11 a) Die Art der Geschäfte ist zwar rechtlich in der Regel nur Vermittlung, hat aber wirtschaftlich die volle Bedeutung des Abschlusses.

11 b) Der Dritte, mit dem ein Geschäft vermittelt oder unter Umständen abgeschlossen wird, ist ebenfalls Kaufmann, und zwar in der Regel Engros- oder Detailkaufmann oder auch weiterverarbeitender oder Urproduzent.

11 c) Die Vermittlung oder unter Umständen der Abschluß geschieht in der Regel innerhalb eines bestimmten, dem Agenten ausschließlich zugeteilten Bezirkes, innerhalb dessen der Agent eine feste gewerbliche Niederlassung hat: „Bezirksagent“ („Platzagent“).

Dieser der Regel nach vorhandene Fall des „Bezirksagenten“ hat aber eine weitergehende wirtschaftliche Bedeutung:

12 a) Die Provision gebührt dem Bezirksagenten für alle Geschäfte, die geschlossen sind:

in seinem Bezirke (cf. Wortlaut des § 89 H.G.B.), und zwar ob mit des Bezirksagenten Mitwirkung oder ohne diese; es genügt, wenn der Abschluß nur für den vertretenen Kaufmann (also auch durch diesen selber) geschieht.

Da aber der „Bezirk“ des Agenten nicht ständig das Domizil des vertretenen Kaufmannes mit umfaßt, so würden sich aus einer strengen, an den geographischen und juristischen Wortsinn sich anklammernden Auffassung von solchen „in dem Bezirke geschlossenen Geschäften“ allerlei Subtilitäten ergeben, über die das Leben hinweggeht. Entscheidend muß demgegenüber immer sein, daß durch die Überweisung eines „Bezirkes“ nach Gesetz und kaufmännischer Praxis eine grundsätzliche Verbindung des Agenten mit allen Geschäftsinteressen des Bezirkes geschaffen werden soll[1]). Eine richtige, den wirtschaftlichen Sinn dieser Regel und der entsprechenden Gesetzesstelle erfassende Interpretation führt daher, unterstützt von Vertrag und Handelsbrauch, zu der alle Zweifelsfälle ausschließenden Norm:

---

[1]) Auch nach Albrecht-Tentler erscheint es „als das Wesentliche“, daß das einzelne Geschäft „den Bezirk des Agenten berührt“; s. „Das Recht der Agenten“, S. 136/137.

12 b) Provisionspflichtig sind dem Bezirksagenten die

α) aus dem Bezirke,

β) für den Bezirk

geschlossenen Geschäfte [1]).

Zum Schluß eine aus allem Gesagten sich ergebende wichtige Ergänzung:

3 a) Der hier beschriebene Agent ist seiner typischen Erscheinung nach Vollkaufmann.

Zwar besteht die theoretische Möglichkeit so kleinen Umfanges eines solchen Gewerbebetriebes, daß dessen Inhaber unter die handelsrechtlichen Normen für die Minderkaufleute zu bringen wäre (v. § 4 Abs. 1 H.G.B.), aber der Regelfall ist das sicher nicht, insbesondere auch nicht der Fall, der dem Gesetzgeber vorschwebte, als er in § 1 Abs. 2 Ziffer 7 des Handelsgesetzbuches ohne jede Einschränkung unter den Grundhandelsgeschäften auch „die Geschäfte der Handlungsagenten" aufführte. In abweichenden Fällen kann es sich also nur um Ausnahmen handeln. Es zeigt sich außerdem, daß bei einem so geringen Umfange die wirtschaftliche Möglichkeit für ein Agenturgeschäft als selbständige Unternehmung nicht gegeben ist; zu dessen Rentabilität gehört immer ein gewisser größerer Umfang, der aber den Inhaber ohne weiteres zum Vollkaufmann stempelt.

* * *

Diese Bestimmungen, weniger juristisch-logisch als vielmehr wirtschaftlich-deskriptiv gefaßt, erfüllen den engeren Agentenbegriff, der den nachstehenden Erörterungen zugrunde liegen soll. Besonders die letztangeführten Merkmale sind natürlich nicht als logisch geschlossene Bestimmungsgründe aufzufassen. Es sind an den vorliegenden Tatsachen orientierte Kennzeichen, z. T. der Entwicklung abgelesen, die nicht überall und in jedem Falle zutreffen, die aber in ihrer Gesamtheit doch den wirtschaftlichen Typus des den Warenverkehr vermittelnden Agenten wiedergeben. Doch sind, obschon die Merkmale im Einzelfalle nicht immer und vollständig vorhanden sein mögen, keine unnötigen Bestimmungen darunter enthalten. Jede vorkommende Abweichung von diesem im Zuge der Entwicklung befindlichen

[1]) vgl. „Agenturvertragsformular" des „Centralverbandes", § 2, sowie dasselbe der Handelskammer zu Berlin, § 8.

Agentenbegriff schädigt ihn, denn sie scheint als eine nicht-typische, meist wirtschaftlich oder sozial niedrigere Entwicklungsstufe desselben aufzufassen zu sein. Damit ist nicht ausgeschlossen, daß in abgemessener Zeit entsprechend dem weiteren Verlaufe der wirtschaftlichen Entwicklung wieder ein modifizierter Agentenbegriff aufzustellen wäre [1]).

Jedenfalls sind hiernach, außer den Warenagenten und deren Spezialfällen der Export- und Importagenten, alle oben [2]) aufgezählten wirtschaftlichen Erscheinungen, die noch sämtlich unter den gesetzlichen Begriff des „Handlungsagenten" fallen können, aus den folgenden Betrachtungen mit Bestimmtheit auszuscheiden. Insbesondere gilt dies auch von dem sehr häufigen Typus des Versicherungsagenten, der hier garnicht behandelt wird.

Über die speziellen wirtschaftlichen und rechtlichen Bedingungen, unter denen der hier zu behandelnde Agententyp seine Tätigkeit entfaltet, über das „Agenturverhältnis" im ganzen, kann man am besten aus dem hauptsächlichen Inhalte seiner vertraglichen Rechte und Pflichten einen orientierenden Einblick gewinnen. Einen solchen bietet z. B. der sog. „Normal-Agenturvertrag" dar, wie ihn der „Centralverband Deutscher Handelsagenten-Vereine" und in Anlehnung an diesen Entwurf neuerdings auch die Handelskammer zu Berlin herausgibt.

* * *

Als Name für den so festgestellten Agententypus wird die Bezeichnung

„Handelsagent"

hier verwendet werden, im Einklang mit dem dafür eintretenden Beschlusse des IV. Kongresses Deutscher Handelsagenten [3]).

Die Namenfrage spielt eine große Rolle für die Angehörigen des Agenturgewerbes und entbehrt nicht erheblicher, wirtschaftlicher und sozialer Bedeutung. Die verschwommene Vieldeutigkeit des Agentenbegriffs bringt es zuwege, daß die schlichte Bezeichnung „Agent" in den Augen der Unkundigen beinahe zum Deckmantel einer zweifelhaften Existenz geworden ist. Es ist einfach erstaunlich, wie oft z. B. im Gerichtsverfahren bei den Personalien

[1]) Uber den Agentenbegriff s. u. a.: „Der Waren-Agent", 1908, S. 164, 267, 322.

[2]) S. 6.

[3]) „Der Waren-Agent", 1909, Nr. 29, S. 227.

von allerlei Abenteurern die Bezeichnung „Agent“ mißbraucht wird, woran sich dann die schon erwähnte üble Praxis der Zeitungsberichterstattung [1]) angeschlossen hat. Es ist ja auch nicht zu leugnen, daß es auch manche „Vermittlungs“tätigkeit mit höchst anfechtbaren Zwecken gibt, die so sozialem Vorurteile und leichtfertiger, tendenziöser Voreingenommenheit gegen den „Agenten“ neue Nahrung verschafft. Gegen solche durch die unbestimmte Bezeichnung und ihren unglücklichen Gebrauch herbeigeführten Verwechslungen wendet man sich in den Kreisen der hier definierten Agenten mit Recht [2]); „wegen des unangenehmen Anklanges an Heiratsagenten und andere nicht empfehlenswerte Namensvettern“ [3]) ist man dort seit langem bemüht, auf den Agentennamen überhaupt zu verzichten und ihn durch eine zweckmäßigere Bezeichnung zu ersetzen. Eine Einheitlichkeit in diesem Vorgehen ist leider nicht zu erzielen. Der Agentenberuf ist schon zu sehr ein historisches Faktum geworden und darum mit seinem Namen schon zu eng verwachsen. Die sachlichen Schwierigkeiten, einen anderen Namen zu finden, der die Eigenart des Berufes im ganzen zutreffend zum Ausdruck bringt, sind weiterhin groß. Die Bezeichnung ist, an den Begriff gehalten, immer ein Zuviel oder Zuwenig. Am meisten Gegenliebe gefunden haben noch die Ausdrücke: „Vertreter“ oder in mehr spezialisierter Fassung: „Handelsvertreter“, „Industrie- und Handelsvertreter“, „kaufmännischer Vertreter“ etc. Doch sind schließlich alle diese Vorschläge als zu farblos, zu unbestimmt [4]) abgelehnt worden, da ja auch der Kommissionär, der angestellte Reisende „vertritt“. — Allerdings zeichnet sich der „Agent“ seiner wörtlichen Bedeutung nach ebenfalls durch reichliche Unbestimmtheit aus, und er war einmal nicht weniger „farblos“ [5]) als

---

[1]) S. 3.

[2]) s. die Eingaben des „Centralverbandes“ an die Justizbehörden, die Bezeichnung „Agent“ in den Aktenrubris nach Möglichkeit überhaupt zu vermeiden; „Der Waren-Agent“, 1906, Nr. 12, S. 89, Nr. 18, S. 140, 1907, Nr. 30, S. 235; s. ferner die ähnlichen Bemühungen der österreichischen zentralen Agentenorganisation, a. a. O., 1912, Nr. 27, S. 241.

[3]) „Der Waren-Agent“, 1907, S. 357.

[4]) s. namentlich „Der Waren-Agent“, 1908, S. 236, 316.

[5]) So operiert G. C. Treitschke mit dem Worte „Agent“ als mit einem ganz unbestimmten Begriff des täglichen Lebens; er beschreibt dann den modernen Handelsagenten ganz treffend, aber er weiß keinen Namen für ihn. Daß man ihn kurzweg „Agent“ nennen könnte, war also eine Anschauung, die offenbar noch in

heute der „Vertreter“. Aber es hat sich nun einmal ein Kern von wirtschaftlichen Anschauungen um den Namen des „Agenten“ herum kristallisiert, auf den nicht gut mehr verzichtet werden kann. Ein solcher Prozeß ist doch schwer rein künstlich zu erzielen. Um ein einfaches deutsches Wort wie „Vertreter“, das im Verkehr und im Leben abgenutzt wird und worden ist, kann sich nicht mehr leicht ein bestimmter engerer Sinn konzentrieren [1]). Es werden auch die Warenagenten kaum jemals soweit unter einen Hut zu bringen sein, daß sie sich gemeinsam zu einem neuen Namen entschlössen und strikt und konsequent dabeiblieben. Sonst wäre es vielleicht auch mit dem „Handelsvertreter“ gegangen, analog dem französischen „représentant de commerce“. —

Ein sehr interessanter Ausweg, der mehrfach vorgeschlagen wurde [2]), wäre vielleicht noch erwähnenswert: Der nämlich, die ganze Streitfrage zu umgehen, indem der einzelne Agent sich schlechthin Kaufmann nennen und als seine kaufmännische Branche „das Agenturgeschäft“ angeben möge. So sachlich berechtigt dies Verfahren wäre, so taktisch verfehlt erscheint es für die Wirklichkeit. Man kann auch eine falsche Gewohnheit, einen unrichtigen Gebrauch im Leben immer nur mit einem Positivum bekämpfen, nicht mit bloßer Negation oder Ausweichung. —

Alle diese Vorschläge sind übrigens in den Namen von Warenagenten-Vereinen verwirklicht worden. Doch gewinnt der „Handelsagent“ immer mehr an Boden; die Streitfrage scheint mit dieser Entwicklung erledigt und wohl auch ganz glücklich erledigt zu sein. Denn der äußere Abstand zwischen „Agent“ schlechtweg und „Handelsagent“ ist immerhin groß genug, um den sachlichen Unterschied deutlich der Öffentlichkeit ins Bewußtsein zu rufen und die sozialen Interessen dieser Berufsschicht im großen und ganzen ausreichend zu schützen. Es kann sich jetzt nur noch um konse-

---

der Entwicklung begriffen war. — s. „Rechtsgrundsätze vom Commissionshandel“, Lpzg. 1839, S. 2.

[1]) Einige Erfolge mit lediglich puristischen Sprachschöpfungen liegen ja immerhin vor. Es haben sich auf durchaus künstlichem Wege bisweilen Bezeichnungen in einem bestimmten engen Sinne festgesetzt und durchgesetzt, die an sich so farblos und vieldeutig sind wie nur möglich. Was ist „Bahnsteig“ oder „Kraftwagen“? Fahren gewöhnliche Wagen mit „Hafermotoren“ ohne Kraftaufwand? Vollständige logische Umfassung eines Begriffes ist bei keiner Namengebung zu erwarten. Es kommt weit mehr auf die Konsequenz in der Anwendung an.

[2]) „Der Waren-Agent“, 1908, Nr. 39, S. 308, Nr. 41, S. 323, Nr. 42, S. 330, 332, sowie 1911, Nr. 53, S. 439.

quente Durchführung im Gebrauch dieser Berufsbezeichnung handeln.

Die Abweichung von dem gesetzlichen Ausdruck „Handlungsagent" erscheint dagegen wohlbegründet. Auch dem Gesetzgeber schwebte offensichtlich der typische Fall des Warenagenten vor, als er für den von ihm definierten Agentenbegriff die Bezeichnung „Handlungsagent" schuf. Er verstand darunter den Agenten einer „Handlung", also doch einen Vermittler in Handelsgeschäften, als deren hauptsächlicher Fall eben die Warengeschäfte erscheinen. Es ist ja sonst schwer verständlich, wie z. B. Versicherungsagenten unter dem Begriff der „Handlungsagenten" subsumiert werden konnten. Der Name „Handlungsagent" ist also entstanden als pars pro toto. Es ist der wesentliche Teil des Agenturgewerbes gewesen, der zu dieser Namengebung Veranlassung gegeben hat. Der Gesetzgeber dachte aber ebenso unzweifelhaft an den Agenten einer Handlung. Diesen faßte er als den gewöhnlichen Fall auf, nicht den Agenten mehrerer Handlungen. Doch ist ein solches Verhältnis, das den Agenten in der Regel für einen kaufmännischen Betrieb allein tätig denkt, durch die Entwicklung längst überholt. Die juristische Nomenklatur hinkt hier dem wirtschaftlichen Leben, wie zumeist, nach: sie lehnte sich zu sehr an den Begriff des Handlungsgehilfen an, während sie doch die richtige Bezeichnung des „Handelsmäklers" zu treffen wußte. Die wirtschaftliche Bedeutung, die der Agent unter den modernen Verhältnissen gewonnen hat, liegt gerade darin, daß er nicht allein einem kaufmännischen Betriebe seine Bemühungen widmet, sondern mehreren, beliebig vielen, ganz nach dem Maße seiner Arbeitskraft. Der „Handlungsagent" ist darum nur noch in Ausnahmefällen für eine Firma tätig [1]). Deshalb wird auch in Agentenkreisen der zutreffendere Name

„Handelsagent"

mit Recht propagiert. Der moderne Agent ist ein Agent des Handels. Man könnte geneigt sein, den Unterschied in den beiden Namensformen für bedeutungslos zu halten, da man „Hand-

[1]) s. z. B. Anhang, Tab. VIII, S. 115. Die dort unter B und C als im Durchschnitt nur für ein Haus arbeitend verzeichneten Handelsagenten der Zigaretten-, sowie der Rauch-, Schnupf- und Kautabakbranche haben diese Vertretung natürlich nur nebenbei neben anderen. Gerade diese „Nebenbranchen" zeigen, daß die Handelsagenten in der Regel nicht nur für ein Haus arbeiten.

lung“ mit „Handel“ älterem Sprachgebrauch entsprechend als identisch auffassen könnte. Es gab ja die Zeit, da man noch „die Handlung“ erlernte. „Handlung“ umfaßte den gesamten kaufmännischen Beruf. So schrieb z. B. der „letzte Merkantilist“ J. G. Büsch seine Schriften „über die Handlung“ [1]). Aber die Entgegenstellung der beiden Ausdrücke, einmal „Handlungsgehilfe“ und andererseits „Handelsmäkler“, in der Sprache des Handelsgesetzbuchs zeigt doch deutlich an, daß hier ein verschiedenartiger Sinn zugrunde gelegt wird.

Viel mehr Wert ist jedoch darauf zu legen, daß nicht nur diese formalen und mehr idealen Interessen, sondern ganz nüchterne, ernste materielle Interessen bei der Namengebung in Frage kommen. Auf der Fassung der Bezeichnung „Handlungsagent“ beruhen zahlreiche offenbar irrtümliche Entscheidungen der Gerichte, denen in einzelnen Fällen bei der Urteilsfindung aus diesem Namen heraus die Verhältnisse nur eines Betriebes vorschwebten und die so zu falschen Auffassungen über die Eigenart des Agentenberufes gelangten [2]). Darum muß der „Handlungsagent“ des Handelsgesetzbuches aus sachlichen Gründen für die sprachliche Berichtigung „Handelsagent“ eintreten, wie es der IV. Kongreß Deutscher Handelsagenten zu Köln a. Rh. i. J. 1909 mit der Umänderung des Namens der Zentralorganisation des Berufes in „Centralverband Deutscher Handelsagenten-Vereine“ getan hat [3]). —

* * *

Für die Zwecke der vorliegenden Darstellung soll aber außerdem mit dem „Handelsagenten“ der im vorhergehenden erörterte und begründete, gegenüber dem gesetzlichen Ausdruck „Handlungsagent“ noch erheblich weiter eingeschränkte Begriffsumfang, wie er eben hier bewußt zugrunde gelegt werden soll, verdeutlicht werden.

---

[1]) s. Anhang, S. 119.

[2]) s. „Der Waren-Agent“, 1908, S. 267.

[3]) Der III. Kongreß im Jahre 1906 zu München sprach sich noch gegen die Abweichung von der einmal gesetzlich fixierten Bezeichnung aus; s. die Diskussion hierzu, Protokoll, S. 172—177.

Zweiter Abschnitt.

Die volkswirtschaftliche Funktion des Handelsagenten in sozialpsychologischer Betrachtungsweise.

Für die richtige Fixierung der Position des Handelsagenten innerhalb der modernen Volkswirtschaft würde es einer eingehenden Erörterung der wichtigen Frage bedürfen, ob die großen Veränderungen des modernen Wirtschaftslebens ihren bestimmenden Anstoß mehr von der durchaus veränderten Bedürfnisgestaltung in der modernen Kultur, also mehr von der Konsumtionsseite her, oder aber von der gewaltigen Umwälzung auf der anderen Seite, der Produktion der Güter, empfangen haben und fortgesetzt weiter empfangen. Es mag hier genügen, davon auszugehen, daß beide Reihen wirtschaftlicher Tatsachen wenigstens auf eine gewisse Strecke parallel laufen.

Dies äußert sich insbesondere nach zwei Richtungen hin. Wir sehen einmal eine steigende Verallgemeinerung der menschlichen Bedürfnisse, ihre Loslösung von dem wirtschaftlichen und sozialen Boden, auf dem sie gewachsen sind, Verbreiterung ihres Umfanges in allen Beziehungen: die Mehrzahl der menschlichen Bedürfnisse formt sich um zu Massenbedürfnissen; wir haben den Massenbedarf auf fast allen Gebieten der menschlichen Konsumtion. Entsprechend sehen wir auf der Produktionsseite die moderne Industrie geradezu technisch und wirtschaftlich gebunden an diesen Massenbedarf: eine große Zahl der wichtigsten Befriedigungsmittel erscheinen als Massenprodukte, sind ein Ergebnis der weitest durchgeführten Massenfabrikation. Es kann dabei vorläufig dahingestellt bleiben, ob nun diese Massenproduktion durch den Massenbedarf hervorgerufen wird, oder ob nicht vielleicht die Produktion selbst sich wirtschaftlich soweit verselbständigt hat, daß sie von sich aus den Bedarf richtung- und maßgebend beeinflußt. Auf beiden Erscheinungen beruhen jeden-

falls in irgend einem Zusammenhange die aufs deutlichste zu Tage tretenden Gestaltungskräfte der modernen Kultur: die siegende Großindustrie und wenigstens eine Hinneigung zum Siege des Großbetriebs auch in solchen Gewerbszweigen, die noch nicht von der Großindustrie verschlungen sind, der Kapitalismus und alle übrigen sich aus ihm entwickelnden objektiven, mechanisierten und mechanisierenden Bildungen und Tendenzen des wirtschaftlichen Lebens, die Kräfte der Vervielfältigung und Vergrößerung in Technik und Wirtschaft, die Internationalisierung und Vermannigfaltigung des Verkehrs, der kollektivistische Ausgleich der wirtschaftlichen und sozialen Beziehungen unter den Menschen. Wir leben so im ganzen in einer Zeit der Objektivierung aller Verhältnisse. Die persönlichen Werte werden ausgeschaltet, die unpersönliche gewandelt, und objektive, der Beeinflussung durch den einzelnen sich entziehende Mächte regieren uns mehr und mehr.

Aber ob dieser Entwicklung nicht eine Grenze geboten ist? Nicht ganz so auffällig, nicht aufdringlich, aber doch dem aufmerksamen Auge ebenfalls deutlich erkennbar, steht neben oder hinter diesen Erscheinungen die Individualisierung der Lebensbeziehungen, die sich ebenfalls in steigendem Maße vollzieht. Sie bildet sich vorzugsweise heraus als eine Reaktion des einzelnen gegen das Überhandnehmen jener objektiven Gestaltungsprinzipien in den menschlichen Verhältnissen und wird verstärkt durch eine ganz beispiellos in der Weltgeschichte dastehende soziale Erscheinung unserer Zeit: Die ungeheuer weit und tief gehende Vermischung aller Stände und Berufsarten, die im Laufe des 19. Jahrhunderts sich vollzogen, hat eine so starke Kreuzung und Verbindung der verschiedenen Interessengebiete der Menschen und schließlich dieser Menschen selbst zuwege gebracht, daß dadurch eine unausschöpfliche Quelle neuer individueller Gestaltungskräfte für das soziale Leben der Menschen gewonnen wurde. Individualitäten wachsen auf allen Gebieten, in allen Klassen und Lebenskreisen in großer Zahl heran. Der naheliegende Einwand, daß sie zahlenmäßig gegen die zuerst angeführte Wirkung der Massenerscheinungen und des dadurch bedingten Nivellements der menschlichen Verhältnisse und der Menschen selbst nicht aufzukommen vermöchten, ist belanglos, denn es handelt sich hier lediglich darum, aufzuzeigen, daß eine solche individualisierende Kraft unserer Kultur ebenfalls lebensstark innewohnt. Sie verschafft sich schließlich auch in jedem Menschen in gewissem Umfange einen

Spielraum, bei dem einen mehr, bei dem anderen weniger. Eine Rückwirkung dieser Erscheinung auf die wirtschaftlichen Verhältnisse im eigentlichen Sinne kann nicht ausbleiben. Unterstützt wird diese Tendenz in besonderer Weise durch die Forderung des Spezialistentums, die das moderne Wirtschaftsleben von sich aus eindringlich an jeden erhebt, der vorankommen will. Die hauptsächlichen Grundlagen für unsere Zeit sind in Technik und Wirtschaft geschaffen worden, sind da, und nun kommt es darauf an, das Vorhandene weiter auszubauen, immer mehr zu verfeinern. So wird auf allen Gebieten in Wirtschaft und Technik konstruktive Detailarbeit gefordert; an immer kleineren Stücken des Bestehenden wird die Verbesserung, Verfeinerung, Modifikation in irgend einem Sinne erstrebt. Sombart leitet als eine Eigentümlichkeit des Normaldeutschen ein besonderes „Talent zum Teilmenschen" ab [1]), verwertet indessen diesen Begriff soziologisch gerade im umgekehrten Sinne, indem er ihn als einen Hebel zum Aufschwunge gerade des Kapitalismus, also einer objektiven Entwicklungsrichtung, angesehen wissen will. Gewiß ist es ja, daß der Kapitalismus und alle jene objektiven Gestaltungen in der Welt nicht leben, wenigstens nicht sich weiterentwickeln könnten, wenn nicht spezialisierende Kräfte dieser Art ihnen zu Gebote ständen. Es kann aber andererseits nicht zweifelhaft sein, daß diese spezialisierende Richtung unseres Wirtschaftslebens gerade auch mit individualisierenden Tendenzen zusammenklingen muß, sowohl auf der Seite der Produktion, indem die Erzeugung immer stärker differenzierter Befriedigungsmittel für menschliche Bedürfnisse angebahnt wird, als auch auf der Seite der Konsumtion, indem die Bedürfnisse der Menschen sich immer weiter verfeinern, sich spezifisch und individuell gestalten.

Wie das Verhältnis dieser beiden elementaren Gestaltungsprinzipien des wirtschaftlichen Lebens zueinander ist, wer will das sagen? Ohne in die Zukunft schauen zu können, kann dies keiner. Nur soviel ist klar, daß das moderne Wirtschafts- und Kulturleben unter dem Zeichen eines Kampfes steht zwischen diesen beiden Mächten, und es ist sicher, daß die sozialen Kämpfe und Nöte unserer Zeit dadurch ihre besondere Zuspitzung erfahren. Denn schließlich ist aller sozialer Kampf nichts anderes als der hier geschilderte Grenzstreit zwischen individueller Betätigung und

---

[1]) W. Sombart, Die deutsche Volkswirtschaft im 19. Jahrhundert, S. 123, 124ff.

der Entwickelung von Massenkräften personaler oder sachlicher Natur.

Es ist im Grunde der uralte Kampf zwischen demokratischer und aristokratischer Ausgestaltung des Gesellschaftslebens, der hier in seinen Ausläufern das wirtschaftliche Leben berührt und erfaßt; aber es kann niemand entscheiden, wie weit die relative Berechtigung beider Lebensformationen geht. Gefühlsmäßige Entscheidung ist wissenschaftlich wertlos und auch kaum einheitlich durchführbar, denn die Elemente beider Lebensanschauungen liegen in jedem Menschen oft recht unvermittelt nebeneinander, je nach Entwicklungsgang, sozialer Herkunft, aufgenommenem Erfahrungskreis in den verschiedensten Mischungen und Formungen zusammengefügt.

So ist auch wohl die an sich etwas merkwürdige Erscheinung zu deuten, daß wir unter unseren wirtschaftspolitischen Parteien keine im obigen Sinne rein „kollektivistische" und auch keine streng „individualistisch" gerichtete haben. Unsere liberalen und konservativen Parteien enthalten vielmehr Bruchstücke aus beiden Entwicklungsprinzipien oftmals recht widerspruchsvoll in sich vereinigt; auch die Sozialdemokratie ist ja ihrem Namen zuwider in starkem Maße individualistisch orientiert. —

Soviel läßt sich aber vielleicht vermuten, daß die vereinheitlichende, ausgleichende, demokratisierende und kollektivistische Tendenz die Grundlage des wirtschaftlichen Lebens in Produktion und Konsumtion darstellt. Die Massenbedürfnisse sind das Entscheidende fast in jedem Zweige der modernen Volkswirtschaft geworden und ebenso die Massenherstellung der wirtschaftlichen Güter. Hingegen bieten aristokratische und individualistische Formen die Ausgestaltung, den Fortschritt, die höheren Bildungen der Volkswirtschaft dar, die auf jener Grundlage sich erheben. Das Verhältnis beider Erscheinungsreihen ist dabei ständig im Flusse: immer mehr sinken aristokratisch-individuelle Bildungen in ein demokratisches Fahrwasser der Allgemeinheit, Gleichmäßigkeit und Einheitlichkeit hinab, und immer wieder erscheinen aristokratische, spezialisierte Neubildungen und Rückbildungen, Renaissancen. Die Mode als soziales Formungswerkzeug arbeitet durchaus nach diesem Prinzipe. Es kann sogar so scheinen, als ob die ganze Welt- und Kulturgeschichte mit individualistischen Mitteln, gewissermaßen in aristokratischer Methode, an demokratischen und nivellierenden Ergebnissen arbeitet.

Wie die Produktion und das Wirtschaftsleben im ganzen kann natürlich auch der Handel sich dem allen nicht entziehen. In immer höheren Graden spezialisierte Gebrauchsgegenstände erscheinen auf dem Markte, suchen den Massenabsatz und damit die Möglichkeit der Massenherstellung zu gewinnen, und auf der anderen Seite sondern sich immer mehr neue individualisierte Bedürfniselemente bei den Menschen heraus, die oft ihre Befriedigung in der modernen Wirtschaftsorganisation nur finden können, wenn sie sich irgendwie vereinigen, in irgend einem Umfange ihrerseits sich wieder zu Massenbedürfnissen zusammenballen und Massenproduktion ermöglichen. Beide Entwicklungsmöglichkeiten stoßen auf Gegenkräfte: Die Massenbedürfnisse, wie sie einmal da sind, sind gewohnt, andere Wege zu gehen als die sich spezialisierende Produktion und Technik es sich wünscht; und einer einmal bestehenden Massenproduktion von Gütern irgend welcher Art kann natürlich nur wenig daran liegen, auf Individualwünsche und -Bedürfnisse besondere Rücksicht zu nehmen. Die Ausgleichung dieser schwierigen Verhältnisse — das ist, auf die abstrakteste Formel gebracht, das moderne Problem der Absatzförderung, des Handels. Hier tritt nun die volkswirtschaftliche Aufgabe des Handelsagenten in ihr volles Recht und ihre ganze Bedeutung ein. Zwar sind alle Stufen in der Produktion, sowie in Handel und Verkehr an dieser Aufgabe beteiligt, aber die Leistung des Handelsagenten erscheint hierbei doch als eine ganz eigenartige, in gewissem Sinne als die bedeutsamste. Ihm liegt es zumeist gerade an dem schwierigsten Punkte des wirtschaftlichen Verkehrs, nämlich bei der Verbindung des Produzenten mit dem Detailverkäufer — mit oder ohne Beihilfe einer Engroshandelsstufe oder anderer Zwischenstufen — ob, für die weitest spezialisierten Artikel der Industrie den Absatz zu ermitteln und zu vermitteln, ihn zum Massenabsatz zu gestalten. Diese Tätigkeit muß aber Hand in Hand gehen mit einer gleichzeitigen sorgfältigen Beobachtung der individuell gerichteten Neigungen und Strömungen in der Bedürfnisentwicklung; der Handelsagent muß es auf sich nehmen, auch einen gewissen Einfluß auf die Produktionsgestaltung zu gewinnen. An der Hand der erkannten spezialisierten Entwicklung der Nachfrage in seinem Bezirke ergeben sich außerordentlich wichtige und maßgebende Direktiven für die Produktion. Schon rechtlich wird dies vom Handelsagenten gefordert: „Die sorgfältige Wahrnehmung der Interessen des Ge-

schäftsherrn erheischt auch hinsichtlich des für diesen in Betracht kommenden Marktes und Absatzgebiets eine ständige Überwachungs- und Informationspflicht des Agenten“ [1]). Wüstendörfer sieht in der Funktion, die vertretene Firma „auf günstige Konjunkturen aufmerksam zu machen“, geradezu ein konstitutives Element in dem Rechtstypus des Handelsagenten [2]).

Somit ist jedenfalls der Handelsagent ein wichtiger Faktor bei der in der modernen Wirtschaftsordnung notwendigen Umgestaltung der individuellen Elemente in Produktion und Konsumtion in die Formen des Massenabsatzes und der Massenbedürfnisse, und er arbeitet hiermit im Einklang mit der Entwicklung unserer Zeit. In diesem Sinne bewertet z. B. auch H. Dietzel das Agenturwesen als eines der wesentlichen Momente, die an der Übersichtlichkeit des Weltmarktes arbeiten [3]). Es geht im gleichen Schritt mit der sich entwickelnden modernen Kultur. — Die gewiß bemerkenswerte Tatsache, daß ein Land wie die Vereinigten Staaten von Amerika trotz seiner gewaltigen wirtschaftlichen Energie bisher das Agenturgewerbe nicht in gleichem Maße entwickelt hat, wie es in Europa zu beobachten ist [4]), darf letzten Endes auf diese allgemeinen Zusammenhänge zurückgeführt werden. Die objektive Richtung der modernen Kulturentwicklung ist auch dort stark und mächtig, ja wohl noch kräftiger ausgeprägt als auf dem alten Kontinent; aber es fehlt noch an der Differentiation aller sozialen Erscheinungen, die in den Ländern alter Kultur das Nebeneinanderstehen und Gegeneinanderstoßen des Alten mit dem sich durchsetzenden Neuen erzeugt hat. Die individualisierenden Kräfte sind drüben noch erst am Anfang ihrer Arbeit. So ist auch die sozialpsychologische Notwendigkeit des Agenturgewerbes vorläufig noch geringer. —

Die Arbeitsmethode des Handelsagenten angesichts dieser sich entwickelnden objektiven Kultur kann, den aus dem Verlaufe der Entwicklung hervortretenden individualisierenden Kräften gemäß, nur die vorerwähnte individuell-per-

---

[1]) Albrecht-Tentler, Das Recht der Agenten nach deutschem Handelsrecht, S. 27.

[2]) Zeitschr. f. d. gesamte Handelsrecht, Bd. 58, S. 124 oben.

[3]) Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 3. Aufl., Bd. 1, S. 233.

[4]) s. Vortrag des Generalsekretärs Dr. Podewils auf dem III. Kongreß Deutscher Handelsagenten, Protokoll, S. 86.

sönliche sein, wie das im Detail noch an den Tatsachen nachzuweisen sein wird.

* * *

Dies alles aber konzentriert sich zu einer weit reichenden sozialen Wirkung. Denn wenn es auch heißt, daß der Handel außerhalb des Bereichs der unmittelbaren sozialen Konflikte stehe [1]), so kann er doch indirekt unendlich viel zu ihrer Milderung beitragen, indem er nämlich durch eine glatte und wirkungsvolle Ausübung seiner die verschiedenen Wirtschaftsinteressen ausgleichenden Funktion soziale Reibungsflächen verkleinert. Dazu tut der Handelsagent das Seinige. Es wird später zu zeigen sein, daß der Handelsagent in dem kleinen Kreise seiner unmittelbaren Verkehrsbeziehungen zwischen seiner Firma und den Kunden sich als ein friedenstiftendes Organ bewährt. Viel wichtiger aber ist noch diese seine allgemeine soziale Stellung, die ihn dazu beruft, in der skizzierten, zwar indirekten, aber denkbar praktischen Weise mitzuarbeiten am sozialen Friedenswerk. Daß so wichtigen volkswirtschaftlichen Dienst nur ein Mann leisten kann, der allen jenen vielfach so heterogenen wirtschaftlichen Erscheinungen in gewisser Weise unbefangen und teilweise — soweit es möglich ist — unabhängig gegenübersteht, erscheint notwendig. Deswegen leistet ja gerade der selbständige Handelsagent eine spezifische Tätigkeit, die durch die Bemühungen des angestellten Reisenden nicht ersetzt werden kann und die auch der Produzent und alle weiteren Handelsstufen nicht selbsttätig ausüben können.

* * *

Diese allgemeine Einordnung der Berufstätigkeit des Handelsagenten in einen umfassenden sozialpsychologischen Zusammenhang bedarf nunmehr der Auflösung nach einigen speziellen Gesichtspunkten hin. Bei dem Ineinandergehen alles geistigen und sozialen Lebens ist der Ausgangspunkt dabei so ziemlich gleichgültig. Geht man etwa von außen nach innen, so fordert zunächst die psychologische Stellung des Handelsagenten zu dem äußeren, materiellen Objekt seiner Tätigkeit, zu der Ware, eine Erörterung. Aber der Handelsagent hat es schließlich nicht mit den

[1]) G. v. Schönberg, Handbuch der Polit. Ökonomie, II, 2, S. 234.

Dingen, sondern mit Menschen zu tun, und darum verdient vor allem die auf dieser materiellen Grundlage sich bildende soziologische Formung des Agenturverhältnisses eingehende Behandlung, und zwar in doppelter Weise: einmal diese Beziehungen ruhend betrachtend, gewissermaßen in ihrer Passivität, die es zwar im Strome der Wirklichkeit nicht gibt, die aber der Beobachter für sich doch zu fixieren versuchen muß, um zu deutlicher Vorstellung der Verhältnisse zu gelangen, und dann in ihrem Bewegungszustande, in ihrer Aktivität aufgenommen. Aus dem Komplex dieser Erscheinungen hätte die Untersuchung schließlich als Resultat der Betrachtungsreihe eine individuelle Berufspsychologie des Handelsagenten zusammenzufassen, also die Frage zu beantworten: Was wird psychologisch aus diesem Berufsmanne unter dem Einflusse der Gesamtheit dieser soziologisch wirksamen Faktoren?

Geleitet muß die Untersuchung auf einem solchen Wege werden von einer möglichst genauen und doch weitblickenden Beobachtung der Wirklichkeit dieses Berufslebens. Dabei wird es sich zeigen, daß alle zu betrachtenden Punkte miteinander zusammenhängen. Auch der Handelsagent als sozialer Typ ist eine Einheit, die nicht restlos zu zerspalten ist. Es ist nur geboten, nach Möglichkeit zu sondern. Daß die Gedankengänge sich kreuzen, sich nähern und auch ineinanderlaufen, ist dabei nicht vermeidbar.

Dritter Abschnitt.

Die psychologische Stellung des Handelsagenten zur Ware.

Die gegenüber der Vielgestaltigkeit des modernen wirtschaftlichen Lebens erforderliche Selbständigkeit des Handelsagenten ist nicht allein rechtlich und wirtschaftlich gemeint, sondern sie ist vor allem innerlich, psychologisch notwendig. Sie wird ihm gegeben durch seine eigenartige psychologische Stellung zur Ware.

Für den Kaufmann im allgemeinen ist die Ware Mittel. Mittel zum Zweck des Geldverdienens ist freilich auch für den Fabrikanten sein Produkt, das mit dem Eingehen in den Tauschverkehr Warenqualität gewinnt. Auch für ihn wird es in diesem Augenblick zum bloßen Mittel. Dennoch ist die psychologische Stellung jedes Produzenten zu seinem erst „Ware" werdenden Produkt eine total verschiedene von der des Händlers zu seiner Ware. Die Beurteilung des Fabrikanten ist eine durchaus einseitige; er schätzt sein Produkt möglichst hoch ein und sucht auch andere, vor allem seine Abnehmer für diese Einschätzung zu gewinnen. Seine psychologische Stellungnahme gegenüber seinem Produkt liegt also immer in derselben Richtung. Auf diese Weise bleibt auch im objektiviertesten Produktionsprozesse der ausgedehntesten Massenfabrikation ein Rest persönlichen Interesses des Fabrikanten an dem Produkte hängen und immer wirksam. Denn dieses bleibt immer ein Stück von ihm selber, sofern er wirklich Produzent ist. Er muß sein Produkt selber hochschätzen, wenn auch vielleicht nicht immer ganz so hoch, als die Überzeugung davon anderen beizubringen versucht. Sein Interesse ist sachlich und persönlich einheitlich, es geht auf ständige sachliche Verbesserung seines Produktes, und nicht immer vermag der Fabrikant den Widerstreit, der sich aus der technischen Verbesserung und dem objektiven wirtschaftlichen Erfolge dabei ergibt, klar auszugleichen. Das persönliche Interesse an dem Produkt tritt oft in Kollision mit den Momenten, die das Wirtschaftsleben nun einmal bestimmen. Dies alles entspringt der durchaus einheitlichen Stellung-

nahme des Produzenten für den Wert seines Produkts. — Dagegen nimmt der Kaufmann eine Stellung zu seiner Ware ein, die sich ständig durch eine gewisse sachliche Gleichgültigkeit auszeichnet: Die Ware des Kaufmanns ist so — Mittel in höherer Potenz. Ihn interessiert die Ware nur, weil und solange er sie hat. Er steht ihr zweideutig mit gesonderten, mit zwiespältig orientierten Interessen gegenüber. Als Käufer ist er bestrebt, den Wert der Ware möglichst niedrig einzuschätzen, als Verkäufer hat er die umgekehrte Neigung, ihn möglichst hoch anzusetzen, und diese zwiefache Stellung nimmt er ein zu ganz derselben Warenqualität. Schon dieser Bezeichnung „Ware" scheint etwas von der objektiven Gleichgültigkeit und Uninteressiertheit anzuhaften, die dem Produkte im Handelsverkehr entgegengebracht wird. Diese Variabilität in der Beurteilung des Wertes einer und derselben Ware ist kennzeichnend für den Handel; auf ihr beruht Existenz und Verdienst des Kaufmanns. Die Erkenntnis dieser naturnotwendig zwiespältigen Haltung des Kaufmannes hat vielleicht dazu gedient, seine wirtschaftliche Tätigkeit in gewissem Sinne zu diskreditieren, und es scheint auch etwas daran zu sein, daß diese Situation wohl nicht ganz ohne Einfluß auf die persönliche Eigenart und den Charakter des Handelsstandes bleiben kann. Durch diese „Mittelhaftigkeit der Ware", die einem wirtschaftlichen Gut im Handel und durch den Handel aufgeprägt wird, und wovon ebenfalls ein Anklang bereits in der Bezeichnung „Ware" enthalten zu sein scheint, wird es seiner nächstliegenden Gebrauchszwecke entkleidet; es kommt zu jener die Öffentlichkeit beherrschenden Disharmonie der Interessen der Berufsgruppen, die sich bisweilen in einen Gegensatz der volkswirtschaftlichen Zwecke und der reinen Handelsabsichten zuzuspitzen scheint. Hier ist wohl die Quelle der mannigfachen Vorurteile namentlich ethischer Natur zu entdecken, die den Handel ständig begleitet haben; die Furcht vor dem „emere ad vendendum", die das Mittelalter beherrscht, und die ja noch ältere Auffassung, daß Merkur nicht nur der Gott des Handels, sondern zugleich auch der Diebe sei, sind vermutlich auf dieser Grundlage erwachsen. Auch vom Sozialismus wird der Kaufmann in der Hauptsache in Anlehnung an dieses Schema be- und verurteilt, daß er seine günstige Position zur Ware dazu ausnütze, unter vermeintlichen oder doch nur sehr geringen wirtschaftlichen Leistungen ganz unverhältnismäßige Vorteile einzuheimsen. Jedenfalls ist

diese Fremdheit, mit der der Kaufmann der Ware gegenübersteht, die relative Gleichgültigkeit gegen den Gebrauchswert des Produkts und die Ungleichmäßigkeit in seiner Bewertung an den beiden Enden des Tauschverkehrs, kurz die beinahe absolute Mittelsqualität, die die Ware für ihn hat, ein äußerst bezeichnender Zug der Handelstätigkeit.

Anders ist die Stellung des Handelsagenten zur Ware. Auch für ihn ist die Ware natürlich Mittel, und zwar vielleicht noch in höherem Grade als für den Kaufmann im allgemeinen. Seine persönliche Uninteressiertheit an der Ware geht nämlich noch viel weiter. Er wird ja nie Eigentümer der Ware; sie gelangt nur ausnahmsweise einmal in seinen Besitz, und meist bekommt er sie nicht einmal zu Gesicht. Sein persönliches Interesse ist auf den Geschäftsabschluß an sich gerichtet; die Ware rückt dabei noch weiter in die Funktion eines bloßen Mittels zurück. Diese persönliche Uninteressiertheit an der Ware wird so gesteigert, daß er ihr — was zunächst paradox klingt — mit vollkommener sachlicher Objektivität gegenübersteht. Die psychologische Verbindung, die sonst noch den Kaufmann mit seiner Ware innerlich verknüpft, wird hier vollständig zerrissen, doch nicht so, daß nun Gleichgültigkeit an die Stelle tritt — denn der Handelsagent will immerhin Geschäftsabschlüsse über diese Ware zustande bringen — sondern in dem Sinne, daß Raum geschaffen ist für eine vollständig oder doch möglichst annähernd objektive Stellungnahme zur Ware. Es tritt eine große Umbiegung des Interesses ein: Die subjektive Uninteressiertheit des Handelsagenten an der Ware kann werden und wird — unter der Wirkung der im nächsten Abschnitt noch zu betrachtenden soziologischen Momente — tatsächlich zur stärksten objektiven Würdigung der Ware. Der Handelsagent gewinnt so der Ware gegenüber eine Stellung in voller Selbständigkeit und größtmöglicher Objektivität, wie sie der Ware auf keiner anderen Stufe ihres Verkehrsweges entgegengebracht wird. Er steht der Ware zugleich kritisch gegenüber, nicht mit dem naiven Selbstbewußtsein des Produzenten und nicht mit dem ausschließlichen Preisinteresse des Eigenhändlers. So verliert für den Handelsagenten die Ware alle persönliche Färbung, die sie für den Produzenten ganz natürlich hat, und auch den Rest davon, der auf den Kaufmann noch nachwirkt, wenigstens sobald und solange er sie besitzt; die Ware ist für ihn absolut und prinzipiell zum Mittel geworden, so etwa wie das Geld

im Verkehr vollkommene Mittelsqualität besitzt. Wie aber die objektive Funktion des Geldes als Wertmesser durch diese Mittelsqualität am vollkommensten und reinsten erfüllt wird, so gelangt die Ware in der rein objektiven Würdigung bei den geschäftlichen Funktionen des Handelsagenten am vollkommensten zu ihrem wirtschaftlichen Recht. Der Handelsagent verringert so die wirtschaftliche Distanz und die Schwierigkeiten, die die Ware im Verkehr zu überwinden hat. Man könnte diese Tatsache extrem zugespitzt so ausdrücken: Der Handelsagent arbeitet an der Mäßigung der Differenz zwischen dem Gebrauchs- und dem Tauschwerte.

Dies wird noch besonders dadurch unterstützt, daß der Handelsagent die Ware auch kennt. Er muß sie kennen; denn schon ganz allgemein ist zu schließen, daß nur auf der Basis eines objektiven Interesses an der Ware, das in eine besondere Kenntnis der Ware ausläuft und darin zum praktischen Ausdruck kommt, es ihm gelingen wird, den erläuterten, wichtigen volkswirtschaftlichen Dienst möglichst harmonischer Absatzförderung zu leisten.

Natürlich kennt auch der Handelsagent nicht alle Waren, wie schon J. G. Büsch sagt: „Ein allgemeiner Warenkenner, ein solcher Kenner, auf den sich der Kaufmann bei allen möglichen Waren verlassen könne, ist ein Ideal, von welchem das Subjekt nicht existiert“ [1]). Der Handelsagent kennt aber die Waren seiner Spezialbranche. Das besondere Waren interesse und die besondere Warenkenntnis gehören zum Warenagenten. Die soziologische Bedeutung wie die inhaltliche Begrenzung dieser Tatsache verdient noch eingehende Erläuterung. —

Während also der Fabrikant als solcher im allgemeinen ein ungebrochenes, sachlich und persönlich einheitliches Interesse an seinem Produkte nimmt, differenziert sich beim Handel dieses Interesse an der Ware, und schon der Fabrikant, soweit er Händler ist, wird daran teilnehmen. Der Kaufmann als solcher hat nur subjektives Interesse an der Ware, die ihm objektiv gleichgültig ist, während der Handelsagent lediglich objektiv an der Ware interessiert ist, an die er subjektiv garnicht gebunden ist. Dies ist die volkswirtschaftlich so außerordentlich fruchtbare Stellung des Handelsagenten, die ihn zu seiner Vermittlungstätigkeit prädestiniert.

[1]) Theoretisch-praktische Darstellung der Handlung, 2. Teil, S. 120.

Vierter Abschnitt.

Soziologische Formung des Agenturverhältnisses.

Die dargelegte psychologische Stellungnahme des Handelsagenten gegenüber der Ware ist natürlich nicht seine originale Erfindung, beruht nicht auf seinem freien Entschluß; sie wird vielmehr in eigenartiger Weise begründet durch die soziologische [1]) Struktur des Agenturverhältnisses. Wenn nachdrücklich auf den Mittelscharakter hingewiesen wurde, den die Ware allgemein für den Kaufmann gewinnt, so erhebt sich die weitere Frage: W o z u dient sie dem Kaufmann als Mittel? Es ist hierbei auf die Kampfesnatur des Handels aufmerksam zu machen. Handel ist K a m p f. Er war es oft im vollen, gewalttätigen Sinne:

„Krieg, Handel und Piraterie,
Dreieinig sind sie, nicht zu trennen“ [2]).

Es ist allerdings heutzutage ein friedlicher Kampf geworden, aber es ist doch K a m p f, und er ist da, täglich und stündlich — Kampf um den Preis, um den „Wert der Ware“, zugleich mit der wirtschaftlichen W a f f e der W a r e durchgekämpft, aber im übrigen geführt mit Mitteln, wie der Kampf in diesem eingeschränkten Wortsinne sie eben erfordert. Eine besondere Geschäftsmoral, die hier über die Zulässigkeit der Kampfesmittel bestimmt, existiert zweifellos, beweist aber gerade durch ihre Existenz die Kampfesnatur des Handels. Deshalb geschieht diese Auseinandersetzung der Interessen durch den Handel nicht im Wege eines gerechten, gleichmäßigen Abwägens der gegenseitigen Ansprüche. Es ist kein wirtschaftlicher Ausgleich nach sachlichen Erfordernissen, sondern eben Kampf mit den Mitteln der Macht, der wirtschaftlichen Macht. Der wirtschaftlich Stärkere setzt seine Ansprüche auch auf dem Warenmarkte durch und d e r j e n i g e, der

---

[1]) „Soziologisch“ hier und im folgenden in dem engeren Sinne von G. Simmel; s. dessen: Soziologie, Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung, Lpzg. 1908, S. 1—27.

[2]) Faust, 2. Teil, V, 143—144.

ein gewisses Maß von List und Gewalt, wie es eben der Ehrenkodex des Handels noch gerade erlaubt, mit bewußtem Machtwillen in diesen Kampf hineinwirft. Also nicht die objektiven Momente des Angebots und der Nachfrage entscheiden allein über das wirtschaftliche Gedeihen, sondern nur in der Modifikation, die sie durch die in diesen Preiskampf hineingetragenen sozialen Machtmittel erfahren. Damit sind allgemeine Übelstände verschiedener Art verbunden. Denn es versteht sich von selbst, daß volkswirtschaftliche und soziale Interessen bei diesem wie bei jedem Kampfe leiden können und müssen.

In diesem Kampfe steht der Handelsagent und muß so stehen als ein friedenstiftendes Element, das das Interesse beider streitenden Teile abwägend berücksichtigt. Ist er das nicht, kann er das nicht sein, so ist er überflüsisg. Die Kundschaft ist für ihn genau ebenso ein Faktor, mit dem er zu rechnen hat, wie die Firma, die er vertritt. Er muß beiden Teilen gerecht werden. Das Interesse, das der Fabrikant an dem einzelnen Kunden nimmt, ist ein verhältnismäßig geringes, und ebenso umgekehrt das Interesse des Kunden am Fabrikanten. Der Handelsagent ist an beide viel enger gebunden. Er erhält nur Provision; damit ist gewissermaßen angedeutet und ausgedrückt: er ist darauf angewiesen, das psychologisch Feinste und Kleinste in den Beziehungen zum Fabrikanten oder Großhändler sowohl wie zum Kunden hervorzuheben und zu pflegen; er ist der Schnittpunkt, in dem die sonst oft so unausgeglichenen Interessen von Fabrikanten und Kunden sich schneiden und an dem sie zusammengepaßt werden müssen. Die allgemeine Kampfessituation des Handels zwingt so dem Handelsagenten zunächst die Rolle des relativ Unparteiischen auf. Wie will er auch sonst die widerstreitenden Interessen beider Teile einigermaßen harmonisch zusammenfügen?

Mit der Unparteilichkeit ist es aber allein auch nicht getan. Der Handelsagent bedarf einer Handhabe, um an dem geschilderten Widerstreit der Interessen sich mit Energie beteiligen zu können. Er muß einen Hebel haben, den er ansetzen kann, um überhaupt in diese schwierige Interessengruppierung hineinzugelangen: ein Instrument, um sich Gehör zu verschaffen auf dem tobenden Schlachtfelde des Konkurrenzkampfes. Es ist eben in dieser Beziehung heute, zu einer Zeit der wachsenden Sachlichkeit und Objektivität in der ganzen Disposition der Menschen und bei ihrer steigenden Bildung, durchaus nicht mehr so, wie Balzac in „L'illustre

Gaudissart", allerdings vornehmlich vom ausgesprochenen Handlungsreisenden, für den es aber heutzutage auch nicht mehr zutrifft, es ausdrückt: „Intrépide marin, il s'embarque, muni de quelques phrases, pour aller pêcher cinq à six cent mille francs" [1]).

Der Handelsagent gebraucht eine umfassende Ausrüstung für seinen Beruf. Sie wird ihm in erster Linie an die Hand gegeben durch seine auf objektivem Interesse an der Ware ruhende Warenkenntnis. Doch auch hierbei darf es nicht sein Bewenden haben. Beide Eigenschaften müssen sich erweitern und ständig fortbilden zu einer gründlichen und umfassenden Beherrschung aller technischen und wirtschaftlichen Verhältnisse der Branche. Damit erst wird der neutrale Boden zwischen den Parteien bereitet, auf dem der Handelsagent sicher steht — unangreifbar. Hier muß es sich zeigen, ob der Handelsagent ein Stümper ist oder wirklich der Mann seines Berufes. Ist er das erstere, so wird nicht Objektivität, sondern volle Gleichgültigkeit seine Stellung zur Ware kennzeichnen, und er wird heute Stiefelwichse und morgen Käse „vertreten". So kommen die Scharen von Agenten in die Zeitung, die gesucht werden, wenn es gerade einmal einem Fabrikanten oder Händler einfällt, „reisen zu lassen": Die Scharen von „Agenten", die da kommen und wieder verschwinden. Ist dagegen der Handelsagent wirklich das, was er sein soll, der ehrliche Mittelsmann zwischen verschieden gerichteten Interessen, so bildet die relative Gleichgültigkeit des Kaufmanns gegenüber der Ware sich bei ihm gewissermaßen von selbst zurück zu dem stärksten, ständig wachen objektiven Wareninteresse. Mit diesem und der darauf aufgebauten Waren- und Branchenkenntnis zwingt der Handelsagent letztlich den widerstrebenden Willen der Parteien zusammen; deshalb muß der Handelsagent, will er zum wirtschaftlichen Erfolge fortschreiten, auch zu dieser gesicherten, psychologisch eigenartigen Stellung zur Ware gelangen; sie ist die Grundlage seines ganzen Berufslebens.

Ihm ist ja auch schließlich allein eine völlig objektive Stellung zur Ware innerlich möglich. Er tritt zu ihr nicht in das erwähnte zwiespältige Verhältnis, das der Kaufmann sonst zur Ware einnimmt, nicht in die ausgesprochene Rolle des Kämpfers um den Preis. Er kauft sie ja nicht; er ist wohl Verkäufer, aber mit objektivem Interesse. Er wird nicht unter allen Umständen

[1]) Honoré de Balzac, L'illustre Gaudissart, Paris, Nouvelle Collection Michel Lévy, S. 5.

„anpreisen“ [1]), sondern in seiner genauen Kenntnis der Bedürfnisse des Kunden liegt der zweite Teil seiner Macht. Er muß den Kunden schonend befriedigen, denn darauf ruht sein dauernder Erwerb sowohl wie seine volkswirtschaftliche Berechtigung. Er ist ein Verkäufer, der zum Teil mit Käuferaugen sieht. Seine objektive Stellung zur Ware wirkt so zugleich kampfmildernd, versöhnend, schafft feste persönliche Beziehungen und Geschäftsverbindungen nach beiden Seiten hin und feste Normen im geschäftlichen Verkehr.

So formt sich, zunächst rein passiv betrachtet, das Agenturverhältnis in seiner äußeren soziologischen Kontur.

* * *

Der hier angestrebte Versuch einer formal-soziologischen Betrachtungsweise gegenüber der Berufstätigkeit des Handelsagenten stellt nicht ein müßiges Gedankenspiel dar, sondern müßte, wenn er gelänge, von grundlegender Bedeutung für eine richtige volkswirtschaftliche Würdigung dieser Tätigkeit werden. Denn wenn man auch die zahlreichen wirtschaftlichen Momente zusammenstellt, die den Vorteil des Geschäftshauses wie das gleiche Interesse bei dem Kunden an der Vermittlungstätigkeit des Handelsagenten bedingen, so wird der letzte Grund für die Tatsache, daß eine wirtschaftliche Erscheinung gerade in der Form des Handelsagenten überhaupt da ist, mit alledem doch nicht gegeben. Hierzu bedarf es eines nach Möglichkeit vertieften Eingehens auf die letzten psychologischen Elemente, die die Tätigkeit des Handelsagenten bestimmen und die ebenso auf der Gegenseite bei und infolge seiner Vermittlungstätigkeit in Aktion treten.

Es erhebt sich die Frage, unter welchen besonderen Umständen der Handelsagent das psychologische Werkzeug seines Berufes, seine Warenkenntnis, anzusetzen Gelegenheit findet. Mit anderen Worten: Wie kommt überhaupt jene eigentümliche Formung der Beziehungen zustande, die der Handelsagent nach beiden Seiten hin anknüpft, zu seinem „Geschäftsherrn“ und zum Kunden? Wie gestaltet sich soziologisch das Agenturverhältnis in seiner Lebendigkeit und Aktivität?

---

[1]) R. Calwer sagt freilich in einer ganz schiefen Anlehnung an den Typ des Handlungsreisenden das Umgekehrte; „Der Handel“, S. 37.

Aus dem latenten Kampfescharakter des Handels fließt die Notwendigkeit einer Vermittlung, wie es ja überhaupt eine allgemeine soziologische Erscheinung ist, die Vermittlung einer dritten Instanz anzurufen, um zu einer befriedigenden Vereinigung disparater Interessen zu gelangen. Alle soziale Friedensvermittlung in Einigungsämtern, Schiedsgerichten arbeitet mit diesem Prinzipe. Diese Vermittlung wird umso notwendiger, je größer die wirtschaftliche, soziale, räumliche Distanz der beiden in einem Widerstreit von Interessen befindlichen Parteien ist. Dieser Fall ist es gerade, der im wirtschaftlichen Konkurrenzkampfe so häufig eintritt. Ein Fabrikant oder Engroshändler wünscht Abnehmerkreise heranzuziehen, die entweder in erheblicher räumlicher Entfernung sich befinden oder an die er aus sonstigen Gründen nicht herankommen kann, namentlich weil ihm jede persönliche Berührung mit ihnen fehlt. Das letztere ist von Bedeutung, wenn die wirtschaftliche Lage des Fabrikanten oder Großhändlers und die seiner präsumtiven Kundschaft eine sehr ungleiche ist. Wie soll ein großer Produzent mit einer großen Zahl kleiner und kleinster Abnehmer in Geschäftsbeziehung treten? Er hat ja gar keine Maßstäbe, um deren ganze geschäftliche Situation, ihre persönliche Tüchtigkeit, namentlich aber ihre Kreditwürdigkeit richtig einzuschätzen. Und noch schwieriger ist es, wenn die Produktion einer größeren Zahl kleinerer Unternehmer erst von einem Großhändler zusammengefaßt werden muß, um wirtschaftlichen Effekt zu erzielen. Es fehlt in solchen Fällen meist an jedem Moment persönlichen Vertrauens, das doch nicht entbehrt werden kann. Immer sind es also Fälle, in denen beide Teile unter sehr verschiedenartigen wirtschaftlichen und sozialen Bedingungen leben, sodaß die direkte Verständigung zwischen ihnen schon durch diese äußeren Umstände erschwert ist, und das sind dann die Fälle, in denen der Handelsagent vermittelnd einzugreifen besonders berufen ist. Seine Vermittlung beruht dann auf der folgenden psychologischen Konstellation bei den Beteiligten.

Will ein Fabrikant oder Händler sich der Mitarbeit eines Handelsagenten bedienen, so nötigt ihn allein schon diese Absicht, seine Verkaufsbedingungen auf die für den Absatz günstigste Basis zu stellen. Er wünscht ja doch die Ausdehnung des Absatzes, und so muß er bestrebt sein, seinem Handelsagenten solche Bedingungen an die Hand zu geben, die für diesen die größtmögliche Aussicht eröffnen, der Konkurrenz die Spitze zu bieten. Zudem kennt er die Kunden nicht oder doch nicht genau,

die ihm der Handelsagent zuführt. Alles wirkt darauf hin, die Bedingungen möglichst objektiv zu gestalten. Der Geschäftsherr muß sie in dieser strengen Objektivität zunächst einmal für sich selber klarzulegen versuchen, eine Nötigung, die sonst in dieser Schärfe für ihn meist nicht besteht. Er muß ganz nüchtern die Grenze zu ermitteln suchen, bis zu der er gehen kann, um das Maximum der Absatzförderung durch die Mitarbeit des Handelsagenten zu erreichen. Er darf sich z. B. nicht einfach darauf verlassen, am Preise herauszuschlagen, was nur möglich ist; er wird schon durch das bloße Dasein des Handelsagenten, eventuell aber auch durch dessen aktive Einwirkung zu genauester Preiskalkulation, festen Lieferungsbedingungen, namentlich peinlicher Einhaltung der Lieferungstermine usw. genötigt. Steht der Fabrikant in unmittelbarem Geschäftsverkehr mit dem Kunden, so fällt dieser indirekte Zwang zur Exaktheit fort. Es liegt dies schon in der einfachen psychologischen Tatsache begründet, daß der Mensch einen Konflikt mit nur einem Gegner bei weitem nicht so sehr scheut, als einen solchen, der ihn gleich nach zwei Seiten, also hier mit dem Kunden und dem Handelsagenten, in Differenzen bringen kann. Auch die soziologische Distanzierung gegenüber dem Kunden, die durch das Dazwischentreten des Handelsagenten sich ergibt, wirkt in derselben Richtung, und vielleicht trägt auch schon die Möglichkeit, daß außer der Firma auch dem gewissenhaften Vermittler aus willkürlichem oder unkaufmännischem Geschäftsgebaren Nachteil erwachsen könne, zur Beachtung größerer Korrektheit in den geschäftlichen Beziehungen bei.

Dieselben Erwägungen aber gelten auch für die andere Seite. Auch der Kunde wird wie die Gegenseite zur möglichst objektiven Gestaltung und Formulierung seiner Ansprüche, Wünsche und Beschwerden gezwungen, und zwar allein schon durch die Tatsache, daß sie das neutrale Medium des Handelsagenten zu passieren, dessen eventuellen Widerspruch zu fürchten und jedenfalls nur bei entsprechender sachlicher Begründung durchzudringen Aussicht haben. Dazu hilft auch nicht wenig, daß der Kunde die Angebote des Hauses in möglichster Objektivität durch den Handelsagenten dargestellt empfängt, ohne den Einschlag des Spezialinteresses des Fabrikanten oder Grossisten darin.

Dieser auf Objektivierung der Beziehungen hinzielende Effekt der Vermittlung des Handelsagenten kommt vornehmlich auf negative Weise zustande, durch Abwehr oder Unschäd-

lichmachung aller diese Objektivierung hindernden Momente.

Alle irgendwie geartete Differenz, die auf einer der beiden Seiten gegen die andere bestehen mag und dem Geschäftsabschlusse störend in den Weg zu treten vermöchte, wird in ihrer vernichtenden Wirkung dadurch aufgehalten, daß der Handelsagnt als Ausgleichsinstanz in der Mitte steht. Auf ihn, den solche unsachlichen Motive nicht berühren und nichts angehen, können sie auch keinen Eindruck machen; sie können innerlich garnicht an ihn herangebracht werden; das sieht eine jede Partei schon von selbst ein und versucht es deshalb erst garnicht. Auch Ausstellungen rein sachlicher Natur, die eine Partei gegenüber der anderen etwa mit guter Berechtigung haben mag, die aber gerade mit der vorliegenden oder beabsichtigten geschäftlichen Transaktion nichts oder nicht soviel zu tun haben, als das interessierte Auge sieht, können garnicht zu ihrer extremen Höhe und Wirkung heranreifen, wenn der Handelsagent dazwischensteht. Schon eine bloße Existenz zwischen den Parteien, in der absoluten Uninteressiertheit an allen diesen Mißhelligkeiten, wirkt die Gegensätze mildernd. Sein volles positives Interesse aber orientiert sich allein an dem stets wachen Bewußtsein, mit keiner der beiden Parteien es völlig verderben zu dürfen. In ihm ruht die Tendenz zum Frieden und zur friedlichen Vermittlung, da er ja keiner Partei voll und schonungslos unrecht geben darf. Damit gerät die Angelegenheit, wenn sie die Zwischeninstanz des Handelsagenten passiert, in ein ganz anderes Fahrwasser: in das der Verständigung.

Gewöhnlich geht es nämlich mit solchen Gegensätzen im geschäftlichen Leben so, daß sie ja meist nicht einseitig entstehen und nicht einseitig bleiben. Wenn die eine Partei sich irgendwie erheblich beschwert fühlt und dies zum Ausdruck bringt, so meldet sich auch auf der anderen Seite sogleich irgend ein Differenzpunkt, sei es in der gleichen geschäftlichen Angelegenheit oder aus einem anderen Zusammenhange her. Was an und für sich vielleicht bedeutungslos war und durchaus noch erträglich schien, entwickelt sich unter dem direkten Druck der Gegenseite, die ihr angebliches Interesse mit berechtigter Energie wahrnimmt, zu einer Angelegenheit von vielleicht unabsehbarer Tragweite. Wenn dann diese Gegensätzlichkeiten direkt, ohne eine mäßigende Zwischeninstanz aufeinanderplatzen, so werden sie durch die direkte Reibung aneinander noch mehr gesteigert; der Boden einer Verständigung wird

immer mehr aufgegeben, und die wirtschaftlichen Interessen beider Teile leiden darunter. Ganz anders ist der Verlauf, wenn die Zwischeninstanz des Handelsagenten vorhanden ist. Jeder Partei wird dem Handelsagenten gegenüber schon an sich ein leiser Zwang zu sachgemäßer objektiver Darlegung ihrer Anstände und Wünsche aufgenötigt. Diese Darstellung wird dann durch den Handelsagenten in einer noch mehr den sachlichen Kern herausschälenden Fassung weitergegeben. Ebenso wird die Meinung der Gegenpartei in ruhiger, objektiver Sachdarstellung übermittelt. Auf diese Weise wird es durch die taktvolle Vermittlung des Handelsagenten ermöglicht, daß jede Partei im rechten Zeitpunkt erkennt, wo die Grenze liegt, die die andere Partei nicht überschreiten kann und wird. Durch die Zurückdrängung aller unnötigen, die Sachlage nur verschärfenden persönlichen Momente, wird die Einsicht dafür gefördert, was für die andere Partei in der Höhe der Preissetzung, bei den Lieferungs- und Zahlungsbedingungen wirklich unentbehrlich ist, was ihr und was ihr nicht zugemutet werden kann. Eine Unmenge von persönlichem Antagonismus, allerlei Rudimente geschäftlichen Ärgers aus irgend einer anderen Sphäre, unter denen das augenblickliche Geschäft leiden kann, leise schlummernde Erinnerungen an etwa früher mit dem Kunden oder dem verkaufenden Hause gehabte Differenzen, alle sonstigen Elemente der Unsachlichkeit können vor der Vermittlung des Handelsagenten sich nicht in voller Lebendigkeit behaupten — denn ihn geht das alles persönlich nichts an. Deshalb werden alle diese Reste und Überreste des Menschlichen und Allzumenschlichen auf beiden Seiten durch die Vermittlungstätigkeit des Handelsagenten in ihrer Wirkung gehemmt und gehen dabei vielfach endgültig unter. Ausschluß alles dessen, was nicht zur Sache gehört! — das ist bei jedem einzelnen Geschäftsvorfalle innere Tendenz und bewußter Zweck, Wunsch und Parole des Handelsagenten. Dieses dem Handelsagenten unzerstörbar innewohnende Streben enthüllt gewissermaßen, im Hegelschen Sinne gesprochen, den „objektiven Geist“ des Handelsagentenberufes.

In dieser Beziehung ist auch von großer Bedeutung die Chance, die der Handelsagent zur Verbesserung oder Wiederanknüpfung früher einmal mit mehr oder weniger Grund gestörter oder gar zerrissener Geschäftsbeziehungen hat. Sie wird oft in wunderbarer Weise wirksam, und dem Handelsagenten gelingt, was

bei jedem Versuche unmittelbarer Verständigung in trostloser Aussichtslosigkeit scheitert. Es liegt eben daran, daß der Handelsagent von einem neuen Grunde aus aufbauend wirken kann. Die alte Differenz interessiert ihn nicht, ist für ihn nicht da. Er steht auf einem anderen, neutralen Boden und kann so beiden Parteien ihr angebliches Recht lassen. Deshalb können beide Parteien mit ihm über neue geschäftliche Angelegenheiten verhandeln, ohne sich etwas zu vergeben. Die frühere Störung wird dabei einfach nicht weiter berührt, damit doch gemildert und schließlich ausgelöscht und begraben. Ebenso können Keime rein egoistischen Strebens, die etwa bei einer Partei dahin gehen, eine günstige geschäftliche Situation in unkulanter, nur das eigene augenblickliche Interesse berücksichtigender Weise gewalttätig auszunützen, bei einer Vermittlung durch den Handelsagenten, der immer die Zukunft im Auge behält und behalten muß, sich nicht voll entfalten; sie werden sich, wenn eine solche Vermittlungsinstanz vorhanden ist, überhaupt nicht in voller Ungeniertheit hervorwagen.

Die Ausschaltung des Persönlichen in dem hier erörterten Sinne, der psychologische Zwang zunächst einmal zur objektiven Auffassung der Dinge und dann zur Objektivierung der eigenen Ansprüche ist aber Bedingung für Einigung und Verständigung im geschäftlichen Leben. Wie hoch auch der „Geschäftsherr" wirtschaftlich, sozial über dem Handelsagenten im Einzelfalle stehen mag oder auch ebenso der Kunde, es hilft ihnen hier doch nichts: ein jeder Teil muß bestrebt sein, seine speziellen Anforderungen an den anderen Teil in möglichst günstigem Lichte erscheinen zu lassen, d. h. er muß sie möglichst objektiv darzustellen suchen. Es muß ihm ja daran gelegen sein, den Handelsagenten als die Zwischeninstanz auch innerlich ganz für seine Auffassung der vorliegenden geschäftlichen Verhältnisse zu interessieren. Man kann immer nur hoffen, jemand voll für seine Interessen zu gewinnen, wenn man ihm die Berechtigung derselben möglichst klar zu erweisen oder doch wenigstens plausibel zu machen vermag, denn bei offenbarer Ungerechtigkeit eines Anspruchs versagt sich die bewußte volle Anteilnahme des Dritten. Die Gerechtigkeit einer Forderung beruht aber in deren Sachgehalt. So werden durch die Tatsache der Vermittlung des Handelsagenten auf beiden Seiten die sachlichen Erfordernisse hervorgehoben, zum mindesten eine Tendenz zur Gerechtigkeit und Objektivität wird hervorgerufen und natürlich durch das bewußte Wollen

des Handelsagenten aktiv unterstützt, denn seine ganze Tätigkeit ist darauf eingestellt, die Sachlichkeit der geschäftlichen Beziehungen zwischen Haus und Kunden zu stärken, weil darauf allein ein solides Fundament dauernder Beziehungen und gerechten Interessenausgleichs gewonnen werden kann.

Der Handelsagent erfüllt so die wertvolle soziologische Funktion, die gefühlsmäßige und gerade so gefährliche Zuspitzung des natürlichen Interessengegensatzes beider Parteien zu vermindern. Alle Gefühlsmomente, die in die rein sachlichen Interessen eingedrungen sind, sie umgeben und vielfach verfälschen, werden aus den Beziehungen ausgeschieden, in ihrer Wirkung neutralisiert; ebenso aber werden auch die Schärfen ursprünglich streng sachlicher Natur, die anderen Beziehungen und Verhältnissen entstammen und in die augenblickliche geschäftliche Situation noch hineinragen, da aber doch nicht mehr so ganz passen, zurückgedrängt — die rein sachlichen Interessen der vorhandenen Lage, die Zweckerfordernisse des einzelnen, gerade vorliegenden Falles werden durch die Vermittlungstätigkeit des Handelsagenten in möglichster Reinheit herausgeschält und bleiben schließlich allein wirksam

In diese im Sinne der Objektivität psychologisch schon wohl vorbereitete Situation tritt nun der Handelsagent, wie bereits betont, mit seiner besonderen Sachkunde, seinem objektiven Wareninteresse und seiner entwickelten Warenkenntnis ein. Es ist einleuchtend, daß das Gewicht der auf Objektivität im geschäftlichen Verkehr gerichteten Tendenzen noch ganz erheblich dadurch vermehrt wird. Denn schon bei dem alten Büsch, der überhaupt ganz unermüdlich darin ist, den Wert der Warenkenntnis dem Kaufmann einzuschärfen [1]), heißt es, „daß, wenn man so oft von Streitigkeiten in der Handlung hört, welche der darunter leidende Teil gern für Schikanen seines Korrespondenten ausschreiet, die gewöhnliche Ursache in der dem Verkäufer oder Kommissionär fehlenden Kenntnis der Ware liege“ [2]).

Die ganze Situation kann nicht treffender zusammengefaßt werden als in den kurzen, knappen, dennoch die volle Praxis des Lebens sprechen lassenden Sätzen, die sich in der „Rundschau für die Installations-, Beleuchtungsglas- und Blechindustrie“ einmal vorfinden [3]):

---

[1]) Theoretisch-praktische Darstellung der Handlung, 1. Teil, S. 130, 133ff., 139, 141ff., 220; 2. Teil, S. 120.

[2]) a. a. O., 1. Teil, S. 139. [3]) Nr. 46 v. 18. 11. 1909, S. 1690.

„Der Agent ist der Vertraute des Fabrikherrn und zugleich des Abnehmers; der Agent kennt die Stärken und Schwächen der beiden Faktoren, zwischen die er gestellt ist; er beurteilt die Verhältnisse mit dem durch reiche Praxis geschärften Blick und Verständnis. Der grüne Tisch ist aus seinem Gesichtskreis verbannt. Daher dürften der Rat und das Urteil eines solchen Mannes von erheblicher Bedeutung sein, und werden durch sein vermittelndes Eingreifen die Wogen der Gegensätze meist beschwichtigt und geglättet."

Auf diese Weise wird der Handelsagent zur berufenen, erprobten und bewährten Ausgleichsinstanz im wirtschaftlichen Kampfe.

* * *

Natürlich ist diese Objektivität des Handelsagenten nicht im Sinne völliger Uninteressiertheit zu verstehen. Besonders in Differenzfällen wird dem Handelsagenten von beiden Seiten deutlich nahegebracht, wie sehr er, materiell wenigstens, daran doch beteiligt ist. Also gewiß keine Vermittlungsinstanz im Sinne reservierter, vornehmer Teilnahmslosigkeit! Schließlich darf ja auch nicht verkannt werden, daß des Handelsagenten natürliches und unmittelbares Eigeninteresse am Erfolg seiner Bemühungen, nämlich an dem Geschäftsabschluß, in jedem einzelnen Falle direkt und in stärkstem Maße positiv fördernd an der Einigung der widerstrebenden Willensrichtungen und Wünsche der Parteien mitarbeitet. Allerdings ist besonders darauf hingewiesen worden, daß der Handelsagent als vermittelnde Instanz möglichst unabhängig und in gewissem Sinne unparteiisch sein muß. Darum ist es unumgänglich, daß das Eigeninteresse bei jedem tüchtigen Handelsagenten immer gemäßigt und geleitet werde durch die ständig betonte notwendige Rücksichtnahme auf die sachlichen Erfordernisse und Interessen des Kunden und der vertretenen Firma, wie auf die Dauerhaftigkeit der angeknüpften geschäftlichen Beziehungen nach beiden Seiten. Das ist nun einmal der kategorische Imperativ seines Berufs. Die Forderung der Unparteilichkeit geht aber naturgemäß nicht soweit, daß sie die berechtigten Grenzen des Interesses des Handelsagenten an der Einigung der auseinanderstrebenden Ansprüche überschreitet. Absolute Unparteilichkeit in einer Angelegenheit ist zumeist auch absolut unfruchtbar für die Förderung der Sache, wenigstens soweit das wirtschaftliche Leben in Frage

kommt. Gerade der ehrliche und erfolgreiche Vermittler muß vielmehr aufs dringendste an seinem Friedenswerk innerlich beteiligt sein. Das trifft bei dem Handelsagenten in stärkstem Maße zu; er besitzt jene gesunde Art von Unparteilichkeit, die an den Interessen beider Parteien in annähernd gleichem Maße teilnimmt — der anderen, die über allen diesen Interessen stehen will oder zu stehen vermeint, haftet immer etwas Unwahres an; sie ist wirtschaftlich auch nicht möglich oder doch eben wertlos.

Die Unparteilichkeit, die der Handelsagent in seiner doppelseitigen Stellung entwickelt, ist also von der Art, daß er zwar jenseits der beiden kontrastierenden Willensrichtungen sich befindet und doch wieder an ihnen beiden beteiligt ist. Das ist durchaus kein Widerspruch. Diese Situation erschöpft sich eben mit den Stichworten Unparteilichkeit und Parteinahme nicht völlig. Er ist nämlich in anderer Weise beteiligt und unbeteiligt, als die Parteien es sind. Den Willensinhalten beider Parteien, also den divergierenden Wünschen etwa über Preishöhe, Warenqualität, Zahlungs- und Lieferungsbedingungen, steht er, wie im vorhergehenden auseinandergesetzt, durchaus sachlich und objektiv gegenüber. Sein persönliches und subjektives Interesse erstreckt sich dagegen auf die Absicht der Verbindung und Einigung zwischen den inkongruenten Wünschen. Bei den Parteien selbst muß ein solches Streben immer der subjektiven Anteilnahme an ihrer gegensätzlichen Parteimeinung und der persönlichen Vertretung ihres Parteiwillens innerlich völlig untergeordnet bleiben. Der Handelsagent entfaltet also gerade an dem Punkte seine volle subjektive Kraft, wo das persönliche Interesse der Parteien zurücktritt oder völlig erlahmt, und er steht umgekehrt dort in ruhiger Objektivität und mit der ganzen bezwingenden Macht von eindringender, ungetrübter Sachlichkeit und Sachkenntnis da, wo das Chaos der kollidierenden Parteiwünsche anfängt und die notwendige Entwicklung zur Einheit gefährdet. Der Handelsagent wird so aufs beste charakterisiert durch die persönliche Distanz von den objektiven Inhalten des Interessengegensatzes und gleichzeitige volle Anteilnahme an deren subjektiver Bedeutsamkeit. Er vollbringt eine rein sachliche Wirkung in voller subjektiver Energie.

* * *

Auf der Grundlage dieser höchst differenzierten und dabei sich als innerlich widerspruchsfrei herausstellenden psychologischen Konstellation ist allein jene bedeutungsvolle Synthese der an sich so stark sich widerstreitenden Interessen des Käufers und des Verkäufers ermöglicht, die der Handelsagent verkörpert. Die psychologischen Elemente beider Teile werden vollständig ineinander gewoben und verwoben, zu der neuen wirtschaftlichen Einheit des „Agenten des Handels" verschmolzen.

Fünfter Abschnitt.

Zusammengefaßte Psychologie des Handelsagentenberufes.

Die zuletzt aufgezeigten Beziehungen zwischen objektiven und subjektiven Tendenzen, wie sie sich aus der soziologischen Struktur des Agenturverhältnisses ergeben, lassen weitere spezielle Einblicke in die Berufspsychologie des Handelsagenten zu.

Es könnte zunächst die Frage aufgeworfen werden, welchem dieser beiden Momente, die in dem wirtschaftlichen Typ des Handelsagenten sich zu psychologischer Einheit zusammenfügen, der objektiven oder der subjektiven Tendenz seines Berufslebens, die maßgebende oder führende Rolle in bezug auf seine beruflichen Leistungen zukommt.

Zur Erläuterung dieses Punktes kann nach dem Vorhergehenden von der erörterten These ausgegangen werden, daß die objektive Stellung, die der Handelsagent zur Ware hat, nicht bloß Hand in Hand, vielmehr psychologisch direkt hervorgeht aus der in eigenartiger Weise persönlich gefärbten Stellung, in der er sich nach den beiden Seiten seiner geschäftlichen Tätigkeit hin befindet. Es ist ferner auch schon darauf hingewiesen worden, daß seiner so außerordentlich charakteristischen Stellung zur Ware mit den weiter sich darauf gründenden psychologischen Momenten durchaus die Eigenschaft einer notwendigen „Ausrüstung“ [1]) für seinen Beruf beizumessen ist. Ebenso gewinnt alles, was über die Objektivität in der soziologischen Stellung des Handelsagenten, seine Unparteilichkeit usw. gesagt ist, für ihn vollständig den Charakter eines Berufswerkzeuges, eines zwar notwendigen Mittels zur Ausübung des Berufs, aber doch nur eines Mittels. Es erschöpft den Inhalt des Berufslebens des Handelsagenten nicht, kennzeichnet die Berufseigenart nicht in ihrer Vollständigkeit.

---

[1]) S. 35.

Das tun erst die hinzukommenden subjektiven Momente, denen durchaus übergeordnete Bedeutung zugesprochen werden muß. Die objektiven Eigenschaften können auf Grund irgend welcher besonderen Berufs- und Lebenserfahrungen auch in einem anderen schließlich mehr oder weniger sich verkörpern; damit wird er noch nicht zum Handelsagenten, so unerläßlich auch dies alles gerade für den Handelsagenten ist — wie ja auch objektive Kenntnisse den Handelsagenten, so wertvoll sie für ihn sind, keineswegs ausmachen. Wenn auch als dargetan gelten kann, daß das spezifische und objektive Wareninteresse und die daraus fließende oder in gewissem Umfange schon vorhandene spezielle Waren- und Branchenkenntnis bei dem Handelsagenten durch die Eigenart seiner Stellung psychologisch begründet und soziologisch bedingt ist, so ist damit doch keineswegs gesagt, daß beide Eigenschaften nun so leicht und einfach von selbst da wären oder aus dem Nichts sich ergäben. Sie werden vielmehr in langer, geduldiger Arbeit mühsam errungen[1]), und nur, wer auch der Mensch danach ist, erwirbt die Erfahrungen und knüpft die persönlichen Beziehungen, die die Grundlage von dem allen sind. Und Urteilskraft muß einer schon dazu mitbringen — man darf es doch nicht vergessen: der Handelsagent steht zwischen Fach- und Sachkennern! Seine Aufgabe ist es, nun diese auf beiden Seiten zu schlagen!

Ob ferner jemand ein Geschäft zustande bringen kann, oft unter den Gegenwirkungen einer Unmenge objektiver und subjektiver Schwierigkeiten, das ist schließlich wie in erster Linie eine Wirkung aus der Summa seiner Persönlichkeit: ein Fazit seiner moralischen und geistigen Eigenschaften. Jede Saite ethischer, gesellschaftlicher, wirtschaftlicher Eigentümlichkeiten des Individuums wird angeschlagen und auf die Probe gestellt: Ausdauer wird zunächst erfordert in der Bearbeitung von Menschen, aber eine solche ohne störende Aufdringlichkeit, überhaupt Fähigkeit in der Menschenbehandlung, in der Willensbeeinflussung, dabei aber ein sicheres, die Grenzen unbedingt einhaltendes Taktgefühl, eine stolze Aufrichtigkeit und Ehrlichkeit gegen beide Kontrahenten, Anpassungsfähigkeit, die Gabe des Hineinfindens in fremde Gedankengänge und Willenszentren, ohne sich dabei selbst zu verlieren und eigene Überzeugungen preiszugeben, und hundert feine Nuancen

[1]) „Der Confectionair", 1912, Nr. 11, 16. Beil.

unwägbarer, undefinierbarer persönlicher Qualitäten. Die schwere Kunst, warten zu können, und doch den richtigen Augenblick sich nicht entgehen zu lassen, muß mit Virtuosität geübt werden. Auch die Fähigkeit, die in der populären Auffassung des Agententums die größte Rolle spielt, die Redegabe, ist von großer Bedeutung, aber mehr in der Hinsicht, zur rechten Zeit reden und ebenso zur rechten Zeit die Rede einhalten zu können, zwar ausreichend zu reden, aber nicht unnütz. Wie oft im Leben ist hier das Zuviel einer an sich richtigen Betätigung übler als das Zuwenig. Balzac kann noch „nicht ohne Zittern an die Phrasensintflut denken, welche jeden Tag aufs neue ihre Ströme ergießt“ [1]), und es klingt wie ein auch heute noch landläufiges Vorurteil gegen den reisenden Kaufmann wieder, wenn er diesen zu charakterisieren sucht durch dessen angebliche „collection de phrases préparées qui coulent sans arrêt et produisent sur sa victime l'effet d'une douche morale“ [2]). — „Dans sa parole se rencontrent à la fois du vitriol et de la glu“ [3]). Das moderne, in Sachlichkeit und Objektivität entwickelte Agenturgewerbe konnte ihm bei dieser i. J. 1837 entworfenen Schilderung freilich nicht bekannt sein.

Es ist sogar einfach erstaunlich, mit welch einem Minimum von Worten die Verhandlung z. B. zwischen einem Exportagenten und einem ausländischen Kunden sich abspielt. Der Handelsagent weiß hier ganz genau: dieser Kunde kommt unter Umständen nur einmal! Da helfen Redensarten nicht. Der überseeische Kunde will auch nicht umfängliche Musterkollektionen sehen und durchstudieren; dazu hat er gar keine Zeit, sondern er will das sehen und nur das, was er braucht. Da muß der Handelsagent, der im Exportgeschäft voran will, sich so den Verhältnissen des betreffenden fremden Landes akklimatisiert haben und so der Eigenart dieses bestimmten Kunden sofort sich anpassen können, daß er im Augenblick erfaßt, was gerade dieser Kunde haben will, womit er diesem Kunden etwa dienen kann. Was können unter solchen Umständen Worte viel nützen? Qualitätsempfehlungen prallen an der bestimmten Vorstellung, die der Kunde mitbringt, wirkungslos ab. Auch eine etwa besonders günstige Preisstellung imponiert dem Ausländer, insbesondere dem Überseeer viel weniger, als der Unkundige meint. Überhaupt spielt ja der Preis der Ware für den

[1]) a. a. O., S. 5.
[2]) a. a. O., S. 3.
[3]) a. a. O., S. 5.

Export eine sekundäre Rolle. In diesen beiden Punkten versieht es der Anfänger im Exportgeschäft fast regelmäßig und steht dann verwundert da, daß mit der besten Qualität und trotz niedrigster Preisbemessung doch der Erfolg ausbleibt. Die Qualität der Ware ist eben schließlich ein relativer Begriff; jeder Kunde bringt seine eigene Qualitätsskala mit, und natürlich fällt diese umso abweichender von dem landläufigen Urteile aus, je ferner und fremder die Landes- und Kulturverhältnisse sind, aus denen der Kunde herkommt. In dem Meinungsstreit um die richtige Namengebung des Agenten war einmal die schöne Bezeichnung „Handelsanwalt" ans Tageslicht gekommen [1]). So ganz unzutreffend wäre sie indessen nicht. Der Handelsagent ist in Wahrheit der Detailkenner des Handelsverkehrs, der dessen leiseste Schwingungen zu verfolgen und zu erfassen hat. Eine Art intuitiver Begabung wird von ihm verlangt, sowohl für die sachliche, wie noch mehr für die subjektive Seite seiner Tätigkeit. Nur die individuelle Erfassung jedes einzelnen vorliegenden Geschäftsfalles ergibt die vom Handelsagenten erforderte, von ihm zu leistende und geleistete geschickte, nachgiebige, sich anpassende Absatzvermittlung. Dadurch kommt es aber dann schließlich auch zu der Erkenntnis und Würdigung, die der deutsche Konsul zu Bagdad [2]) einmal in nahezu monumentaler Weise ausprägte durch die Charakterisierung des Agenten als

„die Seele des ganzen Handels."

Das Wort hat vornehmlich den am ausländischen Platz tätigen Handelsagenten im Auge, „von dem für den Fabrikanten das meiste, wenn nicht alles, abhängt", wie der Konsulatsbericht sagt [3]). Natürlich sind die Exportverhältnisse, besonders überseeische, die schwierigsten, der extreme Fall, in dem die personalen Werte und Fähigkeiten des Handelsagenten am deutlichsten sich zu entfalten Gelegenheit haben. Aber in einiger Abtönung haben die obigen Ausführungen natürlich für jede Art der Agenturtätigkeit Geltung. Auch für inländische, lokal eng begrenzte Verhältnisse ergibt sich der Satz, daß der Kunde, der selbst Gewerbetreibender und Kaufmann, zumeist ungefähr weiß, was er haben will, daß es auf dieser

---

[1]) „Der Waren-Agent", 1907, Nr. 44, S. 344.

[2]) Handelsbericht des Kaiserlichen Konsulats in Bagdad für das Jahr 1904, erstattet im Juli 1905. Deutsches Handels-Archiv, 1906, 2. Teil, S. 135.

[3]) ibidem.

festen Grundlage ihn in seiner Individualität richtig zu behandeln gilt.

Diesen konkreten Verhältnissen gegenüber heißt es eben immer für den Handelsagenten, das für den einzelnen Fall objektiv und subjektiv Passende, einfach „das Richtige“ zu bringen. Wie er das macht, dafür gibt's keine Regel, das ist „seine Sache“. Dieses „Wie“ umfaßt gerade seine persönlichen Fähigkeiten, seinen Wert als Handelsagent. Mit irgend welchen schematischen „Kniffen“ ist diesen Verhältnissen nicht beizukommen. Vor allem bedarf der Handelsagent dazu in jedem Falle außer und neben der Sachkenntnis einer ausgebildeten — aber nicht bloß sprachlich! — lebendigen und individuellen Gestaltungskraft, die fremden Individualitäten psychologisch richtig nachzugehen vermag, sie nicht nur rednerisch richtig behandelt, sondern den Sachgehalt ihrer wirtschaftlichen, technischen Wünsche und Bedürfnisse innerlich sich aneignet und mit diesem Fonds zu operieren versteht.

Die eigentliche, spezifische Arbeit des Handelsagenten vollzieht sich so durchaus innerhalb der Sphäre des Individualismus. Es ist nicht zuviel gesagt, daß sie sogar so stark von persönlichen Momenten durchzogen und abhängig ist, wie kaum ein anderer moderner Beruf dies kennt. Sie hebt sich in dieser Beziehung in ganz bemerkenswerter Weise aus der modernen Wirtschaftsordnung heraus, sodaß sie zu einer allerdings etwas summarischen Gegenüberstellung reizt.

Die Entwicklung des Agenturgewerbes, einer ganz modernen Erscheinung, steht nämlich in einem gewissen Gegensatze zu dem Entwicklungsgange, den die menschliche Arbeit in der modernen Volkswirtschaft und innerhalb der ganzen Kultur durchmacht. Die kapitalistische Arbeitsteilung hat in der modernen Industrie, auch im Handel, unverkennbar die Tendenz angenommen, den einzelnen nicht bloß auf einem mehr oder weniger weiten Umwege von dem Ergebnis und der Frucht seiner Tätigkeit zu trennen, sondern von dem Inhalte seiner Tätigkeit selber. Die Arbeit wird immer mehr unpersönlich. Diese Entwicklung ergreift höchststehende und niedrige Arbeitsleistungen in gleicher Weise. Die materiellen wie die geistigen Lebensinhalte und -Aufgaben werden immer mehr selbständige Mächte außerhalb der Persönlichkeit des einzelnen, und diese Erscheinung ist es, die gerade der heutigen Zeit den Gedanken einer prinzipiell antiindividu-

ellen Gestaltung der menschlichen Verhältnisse im Sozialismus so überwältigend nahelegt. Die Arbeitstätigkeit wird allmählich zu einer Äußerung und zu einem Abbilde der Umgebung, der wirtschaftlichen Organisation, in die sie eingegliedert ist, bis hin zu der marxistischen Abstraktion „die Arbeitskraft eine Ware" — womit gedankenmäßig ein Höhepunkt in dieser objektivierenden Tendenz bezeichnet wird. Aber, wie schon in anderem Zusammenhange hervorgehoben, sehen wir, daß in der modernen Kultur solche dem Laufe der wirtschaftlichen und sozialen Erscheinungen abgezeichneten Beziehungslinien doch nicht auf allen Gebieten ungebrochen verlaufen. Dem Übermaße der objektiven Gestaltungen gegenüber regen sich die individuellen Gegenkräfte. Das Agenturgewerbe ist ein Beispiel der individualistischen Opposition gegen die auf den ersten Anschein so überwältigende Macht der objektivierenden Tendenz in der modernen Kultur und Volkswirtschaft.

Je mehr der Handel sich ausdehnt, sich ausgedehnt und entwickelt hat, desto mehr sind auch in ihm die objektiven Verkehrsformen ausgebildet worden; das zeigt sich z. B. deutlich an der Rolle, die heutzutage die kaufmännische Korrespondenz spielt und die dem persönlichen Verkehr gegenüber weitaus bedeutsamer ist als in früheren Zeiten. Aber daneben offenbart es sich doch ebenso, daß das geschriebene Wort allein im Handelsverkehr nicht ausreicht. An der entscheidenden Stelle der Verkehrsanknüpfung kann doch das gesprochene Wort nicht entbehrt werden. Der Träger dieses gesprochenen Wortes ist trotz der obigen Einschränkung in erster Linie der Handelsagent, denn was der angestellte Reisende oder der Inhaber einer kaufmännischen oder industriellen Firma leisten können, wenn sie einmal auf die Reise gehen, wirkt nur intermittierend, verfliegend. Der Handelsagent ist der Träger der dauernden persönlichen Beziehungen; deshalb kommt es auch für diese Leistung vor allem auf seine Persönlichkeit an: sein „Wort" ist als der Ausdruck dieser seiner Persönlichkeit zu verstehen, nicht im Sinne der Phrase gemeint.

Die hohe Kunst des Handelsagenten besteht immer darin, die sachlichen Gesichtspunkte ausfindig zu machen, diese erst deutlich zu sehen, sie dann in einer großen Symbiose mit seiner Persönlichkeit zu vereinen. Dadurch gewinnen die objektiven Momente seiner beruflichen Tätigkeit erst ihre Wirkung: Es muß

Persönlichkeit hinter ihnen stehen; sie müssen in und an einer Persönlichkeit sich offenbaren.

So wenig aber wie die Tendenz der Objektivität, die dieses Berufsleben freilich beherrscht, ist auch der Branchenspezialismus das letzte Wort, das über den modernen Handelsagenten zu sagen ist. Gewiß dringt, mit der objektiven Gestaltung des ganzen modernen Geschäftsverkehrs einigermaßen zusammenhängend, auch im Handel das moderne „Teilmenschentum" immer mehr durch. Trennung in Branchen, Absonderung von Hilfsgeschäften, immer weitergehende Zerlegung der Aufgaben, das sind die Kennzeichen und die Ergebnisse dieser Erscheinung. Aber auf der Stufe des modernen Handelsagenturgewerbes, die, entwicklungsgeschichtlich betrachtet, als ein Höhepunkt dieser Tatsachenreihe angesehen werden darf, tritt doch zugleich eine große Umbildung der Tendenz ein. Auf den „Geschäftsabschluß" ist die Tätigkeit des Handelsagenten eingestellt, wie ständig hervorgehoben werden mußte. So ist allerdings auch der Handelsagent in diesem Sinne „Spezialist", nämlich „Spezialist des Warenabsatzes". Aber der sachliche Inhalt seiner Berufsaufgabe ist im Grunde doch als eine „Entspezialisierung" der kaufmännischen Tätigkeit aufzufassen. Sie ergreift in jedem Falle den Kern der Arbeit des Handels: wie es des Handels Aufgabe im ganzen, die räumliche und zeitliche Vermittlung zwischen Produktion und Konsumtion herzustellen, so ist des Handelsagenten direktes Ziel diese Vermittlung bei dem einzelnen Geschäft. Nicht die Waren- und Brancheninteressen sind deshalb schließlich das eigentlich Kennzeichnende seiner Berufstätigkeit, sondern eine gewisse Emanzipation von dem engen Horizont des Nur-Fachmannes, des reinen Branchenspezialisten. Die dargestellten persönlichen Qualitäten werden so bei ihm das Ausschlaggebende. Es ist eine große Konzentration des kaufmännischen Geistes auf sein eigentliches Ziel, die an dem modernen Handelsagenten offenbar wird. So ist der Handelsagent allerdings — und es ist nicht bloß als ein schmückendes Beiwort zur Hervorhebung seiner allgemeinen Bedeutung aufgegriffen, sondern richtig gelesen, im eigentlichen Sinne zu nehmen — „die Seele des Handels"!

* * *

Die Summe dieser Persönlichkeitsleistungen des Handelsagenten bedingt eine entwickelte innere Selbständigkeit und erfordert ein hohes Maß von äußerer Unabhängigkeit, wie es ja auch dem Handelsagenten gesetzlich mit der Verleihung der rechtlichen Stellung eines selbständigen Kaufmanns gesichert ist. Es ist dem Handelsagenten nicht zu verdenken, daß er mit Stolz diese Tatsache betont. Entspricht nun aber den vorliegenden wirtschaftlichen und sozialen Tatsachen gemäß die wirkliche Stellung des Handelsagenten diesen Prätensionen, die namentlich durch die Berufsorganisationen so energisch vertreten werden? Oder ist nicht vielmehr die Wertung des Handelsagenten als eines selbständigen Kaufmannes nur cum grano salis zu nehmen? Beruht diese Selbständigkeit nicht mehr auf einer juristischen Fiktion, als auf einer wirtschaftlichen und sozialen Tatsache?

Die Frage scheint zunächst, auch rein soziologisch betrachtet, recht ungünstig für den Handelsagenten zu liegen, denn die im vorhergehenden geschilderte Entpersonalisierung aller Verhältnisse innerhalb der modernen Kultur, insbesondere die Objektivierung der Arbeit hat doch die sehr beachtenswerte soziologische Nebenwirkung hervorgebracht, daß das Individuum dadurch befreit wurde. Indem die geforderten Leistungen in ihrer Art bestimmt, objektiv formuliert wurden, immer mehr „ungemessene Dienste“ in „gemessene“ sich verwandelten, wurden alle Willkür und alle über das Ganze der Persönlichkeit verfügenden, dadurch die Persönlichkeit erniedrigenden Machtverhältnisse aufgehoben. Es wurde immer nur noch ein Teil der Persönlichkeit, ein bestimmt zu fixierender Teil ihrer in die Dienst- und Werkverträge hineingegeben, gewissermaßen mit ihnen verkauft. In allen übrigen Beziehungen blieb von nun an die Persönlichkeit völlig frei und unangetastet. Indem nun, wie nachzuweisen versucht wurde, das Agenturverhältnis noch vollständig in dem Bereiche einer persönlichen Leistung verbleibt, könnte es scheinen, als ob es damit eine unfrei machende Wirkung auf seine Träger haben müßte.

Noch schlimmer scheint die Sache für den Handelsagenten auszusehen, wenn man die tatsächliche wirtschaftliche Machtverteilung bei den Parteien sich ansieht, die den Agenturvertrag abschließen. Es kann ja einem Zweifel nicht unterliegen, daß in vielen Fällen und doch wohl in der Regel der Handelsagent in dem Vertragsverhältnisse zu seinem „Geschäftsherrn“ der wirtschaftlich

schwächere Teil ist. Indessen ist dadurch ein wirtschaftliches oder soziales Abhängigkeitsverhältnis noch keinesfalls gegeben. Denn an jedem Vertragsverhältnisse offenbart sich schließlich die Tatsache, daß der eine Teil der schwächere ist. Verträge bei gleicher wirtschaftlicher Machtverteilung auf beiden Seiten kommen wohl selten vor. Es erscheint vielmehr gerade als der wirtschaftliche Sinn eines jeden Vertragsverhältnisses, daß wirtschaftlich verschieden starke Machtzentren sich in einem Punkte auszugleichender Interessen begegnen. Vertrag ist Sich-Vertragen verschiedenartiger Interessen und Machtverhältnisse. Es kommt übrigens in jedem konkreten Vertragsverhältnis keineswegs allein auf die auf beiden Seiten vorhandene gesamte wirtschaftliche und soziale Macht an, so als ob die Machtsummen ausschließlich entscheidend wären; es kommt vielmehr das Maß von speziellem wirtschaftlichen Interesse in Betracht, das an das einzelne Rechtsgeschäft von jeder der beiden Seiten und dazu gerade in einem bestimmten Zeitpunkte herangebracht wird, und zwar in dem Sinne, daß das größere Maß von Interesse die zugehörige Position schwächt und das geringere sie stärkt. Unter diesem Gesichtspunkt betrachtet, kann die wirtschaftliche Stellung des Handelsagenten eine ganz bedeutsame sein, gleichgültig wie es sonst mit seiner wirtschaftlichen Macht, die ja zumeist nur in seiner Arbeitskraft besteht, bestellt ist. Es darf hier doch niemals aus dem Auge gelassen werden, daß die Interessiertheit des Fabrikanten und Grossisten an der Tätigkeit des Handelsagenten das Zentrum seiner ganzen geschäftlichen und wirtschaftlichen Existenz trifft — den Absatz. Es ist nichts Kleines, was der „Geschäftsherr" dem Handelsagenten in die Hand gibt und von ihm erwartet. Das kann schon vielfach und viel zu der Ausgleichung der Distanz in der gegenseitigen wirtschaftlichen Position beitragen. Dieses Lebensinteresse des „Geschäftsherrn" würde sogar noch weit mehr in den Vordergrund drängen und die Position des Handelsagenten verstärken helfen, wenn jener immer nur einem einzelnen Handelsagenten gegenüber stände. So wird es zumeist durch die große Zahl der Agenten paralysiert, denn der Zustrom zu diesem aussichtsreichen Berufe ist nicht gering. Aber auch dem Handelsagenten winken Vorteile dieser Art, da die Entwicklung immer mehr dahin geht, daß er nicht ein einzelnes, sondern eine Mehrheit von Häusern „vertritt". Das Maß der Abhängigkeit von jedem einzelnen Hause wird dadurch erheblich verringert.

Persönliche Leistungen machen aber vor allem dann unfrei, wenn sie untergeordnete und disparate, hier und da nach Willkür bestimmte Teilleistungen darstellen. Die Leistung des Handelsagenten ist aber nicht eine Teilleistung für den „Geschäftsherrn", sondern eine ganze, eine abgeschlossene, umfassende Leistung, sogar die umfassende Leistung für ihn: Absatzgewinnung! Diese Leistung wird dadurch gerade höchst persönlich, weil sie so umfassend ist. Es besteht in gewissem Sinne geradezu Unersetzbarkeit der Leistung. „Ungemessene" persönliche Dienste wirken allerdings sklavenhaft. Das Individuelle in den Leistungen des Handelsagenten steigert sich aber derart, daß sie als unmeßbar zu bezeichnen sind. Sie sind schlechthin Qualität wie nur die des Künstlers oder des Arztes.

Das Verhältnis zwischen dem Handelsagenten und seinem Hause ist in der Tat so inkommensurabel, daß für drückende Abhängigkeiten kein Raum ist. Der „Geschäftsherr" kann solche nicht ausüben, weil ihm die eingehende Beherrschung der besonderen Schwierigkeiten, unter denen die Agenturtätigkeit sich zu entwickeln hat, immer mehr oder minder abgeht. Denn verfügte er darüber, so brauchte er keinen Agenten. Soweit also ein Rest persönlicher Unterordnung des Handelsagenten noch besteht, wird sie ergänzt und meist mehr als ausgeglichen durch seine sachliche Überordnung über den Geschäftsherrn, die in der ausführlich betrachteten „Objektivität" seiner Stellung, seiner besseren, weil objektiven Kenntnis der Ware und aller übrigen für den Absatz maßgebenden Verhältnisse, vor allem der Kundschaft besteht. Es wurde schon darauf hingewiesen, wie der Handelsagent mit dem Wareninteresse und der Warenkenntnis zu einer gewissen Herrschaft über die Parteien gelangt. Das Verhältnis der Unter- und Überordnung ist also zwischen dem Handelsagenten und seinem „Geschäftsherrn" wechselseitig beschränkt. Dazu ist das ganze Verhältnis für den Handelsagenten doppelt vorhanden. Denn dem Kunden gegenüber ist seine Situation, wie einleuchtet, eine ähnliche. Es kommt zu doppelter Unter- und Überordnung: doppelte persönliche Unterordnung, aber auch zwiefache sachliche Überordnung. Auf jeden Fall wird schon durch die Doppelung dieser Beziehungen, wenn auch die Schwierigkeiten mit ihr wachsen, das Ausschlagen des Verhältnisses in irgend eine feste Abhängigkeitsform nach einer Seite hin verhindert. Auch kann

solche Abhängigkeit keine der beiden entgegengesetzt interessierten Parteien ernstlich wünschen, denn sie verlöre damit den neutralen Boden der Vermittlung, den sie ja beide selber suchen und nötig haben.

Die Gestaltung der Beziehungen im Agenturverhältnisse verläuft also gerade umgekehrt, als es der „Zug der Zeit" zu fordern scheint. Während sonst die persönliche Leistung unfrei macht, ist die soziologische Konstellation innerhalb des Agenturverhältnisses gerade eine solche, daß sie b e f r e i t!

Der Individualismus in der Berufsarbeit des Handelsagenten ist also da und hat guten Sinn und Inhalt und eine gesunde Basis. Sonst wäre er auch bedeutungslos. —

* * *

Der Handelsagent kann natürlich nur ein wirtschaftlicher Individualist en miniature sein, aber in dieser seiner Art ist er es einzig. Nirgends, in keiner Berufsschicht trennt sich der M e n s c h von seiner L e i s t u n g so wenig als in diesem Berufe. Er erfordert eine Leistung, die an künstlerische Tätigkeit erinnert; deshalb ist sie auch nicht jedem gegeben. Zu einem guten Teile ist sie p s y c h o l o g i s c h e Betätigung. Das ist ihr eigentlicher Inhalt. Wie einleitend zu diesen Betrachtungen ausgeführt, füllt der Handelsagent so eine Lücke aus, die den geschäftlichen Verkehr auseinander zu spalten droht. Selbständig und auch mit eigenen berechtigten Interessen steht er in dieser Lücke. Seine Selbständigkeit muß er in b e i d e n Richtungen erproben, Beziehungen anknüpfend, verknüpfend, und doch wieder auch beide Parteien nicht soweit einander nähernd, daß e r dabei ausgeschaltet wird. Eine soziologisch äußerst komplizierte und für den, der darin steckt, ungemein schwierige Situation. Einerseits ist ein V e r w a c h s e n s e i n mit den Interessen beider Teile nötig, das außerordentliche Anpassungsfähigkeit und persönliche Gewandtheit erheischt, und andererseits muß ein gehöriges Maß von gesundem E r h a l t u n g s t r i e b unbedingt dabei sein, wie es andere Berufe selten so ausgeprägt verlangen.

Daher die große A n z i e h u n g s k r a f t, die das Agenturgewerbe auf alle willenskräftigen, selbständigen Naturen im Kaufmannsstande und auch außerhalb desselben ausübt! Wo anders findet sich ein Betätigungsfeld, das in gleicher Weise individuellen

Kräften Spielraum gewährt? Kapitalisierung, Mechanisierung herrschen im Handel wie in der Industrie. Gewiß, die Industriekapitäne, Kartellherrscher haben unter der modernen Wirtschaftsordnung ein vorläufig noch unerschöpftes Gebiet individueller Betätigung. Aber die kleineren Gewerbetreibenden in Handel und Industrie erdrückt allmählich die Macht der objektiven Gestaltungen in Technik und Wirtschaft, nicht in der Weise, daß sie zu existieren aufhören; dazu ist die volkswirtschaftliche Basis dieser Schichten immer noch viel zu breit, aber doch in der Weise, daß ihre Tätigkeit eng eingespannt wird in einen beschränkten Kreis von Betätigungsmöglichkeiten. Dem Handelsagenten steht ein weites Feld voller, selbständiger kaufmännischer Aktivität offen.

* * *

Von diesem Standpunkte einer allerdings etwas extremen Bewertung der individuellen Betätigung, des Einsetzens der ganzen Persönlichkeit in das Wirtschaftsleben erscheint z. B. die Tätigkeit eines Beamten, auch die eines mittleren Fabrikanten untergeordnet, monoton. Bei diesen, selbst etwas noch beim Kaufmanne, wirken Energie und Interesse in der Hauptsache nur in einer Richtung. Eine mehr oder weniger einseitig orientierte Stellung im Leben, die Welt und Dinge im wesentlichen immer in einer und derselben Beleuchtung sieht, kann natürlich ein soziales Ideal sein, und ist es wohl auch für die meisten Menschen. Es entspricht ja völlig dem modernen Streben nach dem wirtschaftlichen „Herrenmenschen". In diesem Sinne ist der Individualismus des Handelsagenten allerdings nicht zu verstehen. Er hat nicht den starken Rückhalt einer wirtschaftlich sicher fundierten Position hinter sich. Das Dasein des Handelsagenten stellt im allgemeinen keine saturierte Existenz mit behäbigem Sich-Ausleben dar, sondern ihm gilt der volle harte Ernst des Dichterwortes:

„Nur der verdient sich Freiheit wie das Leben,
Der täglich sie erobern muß" [1]).

Der eigenartig individualistische Charakter der Wirksamkeit des Handelsagenten zeigt sich insbesondere an einer Tatsache, nämlich daran, daß jedes Agenturgeschäft steht und fällt mit der Persönlichkeit seines Inhabers. Es sind eben hier vor allem die

[1]) Faust, 2. Teil, V., 517/518.

subjektiven Momente der Erfahrung, der Branchenkenntnis, der geschäftlichen Umsicht und der persönlichen Beziehungen zu den Kunden, wie zu den vertretenen Firmen und sonstigen Kreisen des Handels wirksam, die durch keine Gestaltung der Organisation und durch kein sonstiges sachliches Hilfsmittel in eine feste objektive Form gegossen werden können. In dieser Beziehung steht, wie ausgeführt ist, der Handelsagent beinahe einzigartig da, in seiner Eigenart wirklich unersetzlich: ganz Persönlichkeit, während um ihn herum die wirtschaftlichen Kräfte und Gestaltungen immer mehr zu objektiven Mächten gerinnen. Daher erklärt sich auch die sozialpolitisch so überaus wichtige Tatsache, daß ein Agenturgeschäft immer schwer verkäuflich ist, weil es eben auf unvererblichen, unübertragbaren persönlichen Qualitäten beruht und ruht. Diese Situation ist sozialpolitisch so bedeutsam, daß man in ihr die soziale Frage im Bereich des Agenturgewerbes erblicken kann. Die Wirkungen derselben erstrecken sich hauptsächlich nach zwei Richtungen. Einmal sichert, wie schon angedeutet, diese Quasi-Unersetzlichkeit den Handelsagenten in gewisser Weise in seiner wirtschaftlichen Position. Sonst könnte er sich ja gar nicht darin behaupten bei der Anfeindung, der er von allen Seiten ausgesetzt ist und bei dem Übermaß konkurrierender Kräfte, das sich in einem solchen vollständig freizügigen Berufe naturgemäß entwickelt. Von der anderen Richtung her aber droht die ungeheuer große Gefahr, daß dann doch mit dem Versiegen der Arbeitsfähigkeit alles aus, die ganze Existenz dahin ist. Bei jedem anderen Kaufmanne oder Gewerbetreibenden, der Glück und Erfolg hatte, kristallisiert sich aus seinem Eifer, seinem Fleiß, seiner Tüchtigkeit das „Geschäft" heraus, eine objektive, bestimmbare Wertgröße, die sich schließlich auch unabhängig von der Persönlichkeit des Gründers erhält und entwickelt und im schlimmsten Falle eine meist leicht realisierbare Wertreserve darstellt. Nichts von alledem bei noch so großer Tüchtigkeit des Handelsagenten; der Geschäftsbetrieb des Handelsagenten stirbt mit dem Inhaber. Mit dem Tode geht das Geschäft fast immer rettungslos dahin, und mit der Versorgung der hinterbliebenen Familie ist es ganz unsicher. Aber auch dieser schwierigen Lage gegenüber ist die tatbereite Initiative der Handelsagenten mit Erfolg an der Arbeit, Abhilfe zu schaffen. Daß ein solches Streben in dieser Sphäre des Individualismus, in der der Handelsagent atmet, nur auf dem Boden der tätigen

Selbsthilfe und der willenskräftigen Organisation sich bewegen kann [1]), erscheint wohl überflüssig noch zu betonen. Ein Gedanke an Staatshilfe oder an Maßnahmen, die mit der Stellung des selbständigen Kaufmanns nicht im Einklang sich befinden, liegt dem Handelsagenten fern.

Jedenfalls enthüllt die Betrachtung dieser Schwierigkeit deutlich die Insel des Individualismus, auf der der Handelsagent mit seiner Tätigkeit inmitten des Meeres objektiver Wirtschaftsgestaltungen steht. Es muß auch vom nationalökonomischen Standpunkte mit Freuden begrüßt werden, wenn — dem allgemeinen Zuge der modernen wirtschaftlichen Entwicklung zuwider — im Agenturgewerbe im ganzen wie im einzelnen noch ein Stück modernen Wirtschaftslebens vorhanden ist, in dem die individuellen Kräfte noch immer ihre Bedeutung und Lebensfähigkeit erweisen. Es ist dies umso wertvoller, da es den Anschein gewinnt, als ob nationalökonomische Wissenschaft und volkswirtschaftliche Praxis, einigermaßen übersättigt davon, mit einer gewissen Ausschließlichkeit die allgemeinen und objektiven Größen des Wirtschaftslebens und die aus ihnen herauswachsenden, Zwang, Macht, technisch-mechanischen Ausgleich und generelle Regelung heischenden Prinzipien ins Auge zu fassen, mit wachsendem Interesse sich wieder den persönlichen aus der wirtschaftlichen Freiheit gewonnenen und zu gewinnenden wirtschaftlichen Kräften zuzuwenden beginnen.

Und mag es schließlich nur ethisch und ästhetisch von einiger Befriedigung sein, zu sehen, daß immer noch die individuellen Werte des Lebens in energischer Weise ihre Vertretung finden? Auch volkswirtschaftlich und sozial dürfte nur eine günstige Fortwirkung von einer lebenskräftigen Berufskategorie zu erwarten sein, die gewohnt ist, in erster Linie sich auf sich selbst zu verlassen. Das muß rückwirken auf alle Berufsstände, die mit ihr in Berührung kommen. Auch muß der Handelsagentenstand für die Volkswirtschaft deshalb von besonderem Werte sein, weil er Mittelstand ist: „neuer Mittelstand“ zwar, aber im besten Sinne des Wortes. Er verbindet die so oft gerühmten Eigenschaften des „alten“ Mittelstandes, Selbständigkeit und Selbstbewußtsein, mit moderner Initiative und rüstiger Kraft zu einem

---

[1]) In Betracht kommen namentlich die sog. „Fürsorge“-Einrichtungen bei den einzelnen Handelsagenten-Vereinen.

neuen, aber gesunden wirtschaftlichen Dasein, das keiner künstlichen Erhaltungsmittel bedarf und dabei der gesamten Volkswirtschaft wertvolle Dienste leistet.

Im ganzen läßt sich die Besonderheit der eigentümlichen sozialpsychologischen Grundlage, auf der der Handelsagent steht, dahin zusammenfassen: Der Handelsagent ist zuerst Persönlichkeit, und danach und daraus ergibt sich erst die Position, die er einnimmt, während sonst, in unserer in objektiven Gestaltungen erstarrenden Zeit, meist die soziale Stellung da ist und der Mensch in sie auf einem wohl präparierten Wege hineinkommt und sie mehr oder weniger gut ausfüllt. Der Handelsagent muß allerdings für seinen Beruf geboren sein, aber er wird nicht in ihn hineingeboren. Es hat den Anschein, als ob die steigende Objektivierung aller Beziehungen in der Welt an diesem einen wichtigen Verkehrspunkte, an dem der Handelsagent steht, als Gegengewicht eine um so stärkere individuelle Kraftentfaltung fordert. An diesem einen Punkte muß eben umsomehr und umso entschiedener persönliche Fühlung zwischen den Menschen gesucht und hergestellt werden, als sie sonst im Wirtschaftsleben zu verschwinden beginnt.

Sechster Abschnitt.

Soziale Zusammensetzung des Agenturgewerbes.

Wenn im vorhergehenden der volle Nachdruck auf die persönlichen Qualitäten gelegt ist, die zur Ausübung des Handelsagentenberufes erforderlich sind, so erhebt sich von selbst die Frage: Wo kommen die Menschen her, die diese hohen Anforderungen erfüllen? Wo kommen die Individualitäten her, die dieser Beruf so ausgeprägt verlangt? Denn erst die lebendigen Persönlichkeiten sind es, die dem ganzen aufgestellten Gerüst der wirtschaftlichen und sozialen Bedingungen und Eigentümlichkeiten dieses Berufslebens eine reale Bedeutung geben können.

Es ist aber zugleich klar, daß eine Antwort von einiger Allgemeingültigkeit auf eine solche Frage nicht gegeben werden kann. Die Ergänzung des Handelsagentenstandes kann wegen des unumgänglichen Erfordernisses individueller Eignung für diesen Beruf in keiner Beziehung und auch in keiner Annäherung automatisch geregelt sein. Eben weil die Individualität in diesem Berufsleben ausschlaggebend ist, so muß auch der Weg zu ihm in jedem Falle ein sich individuell gestaltender sein. Handelsagent kann man nicht „werden wollen"; man „wird" es eben auf Grund seiner persönlichen Eigenschaften und seines ganzen Lebensganges oder nicht; es gehören, wie betont, auch Erfordernisse sachlicher Art dazu, obwohl man leider nicht angeben kann, wo und wie diese erworben werden können. Einige ganz allgemeine Beziehungslinien zu der Möglichkeit, wie man dazu kommt, Handelsagent zu werden, lassen sich trotzdem aufzeichnen.

Wie die geschichtliche Entwicklung des Agenturgewerbes im ganzen aus dem Stande der Handlungsreisenden, also der angestellten Geschäftsreisenden, vor sich gegangen ist, so geschieht es zumeist auch heute noch in jedem Einzelfalle. Der einzelne Handelsagent entwickelt sich aus dem Berufe des Handlungsgehilfen und vornehmlich, wie es in der Natur der Dinge liegt,

aus dem Berufe des reisenden Handlungsgehilfen. Ist es einem Handlungsgehilfen bei seiner Reisetätigkeit für ein Geschäftshaus gelungen, eine eingehendere Sach- und Personenkenntnis in der betreffenden Branche sich zu erwerben, ist er vor allem der Mann danach, das persönliche Vertrauen der Kundschaft ganz für sich zu gewinnen, so liegt es für ihn sehr nahe, bei einer durch ihn oder seinen Prinzipal veranlaßten Aufgabe seiner Stellung, diese Spezialkenntnisse und -Erfahrungen, die, so wie er sie hat, sonst keiner besitzt — selbst sein Chef nicht — auch ganz für sich selber auszunützen. Dabei entsteht für ihn als die wichtigste Frage die, ob er über die eigenen Mittel verfügt oder fremde in hinreichendem Maße sich verschaffen kann, um selber ein Warengeschäft, wenn auch in kleinerem Maßstabe, zu begründen. Meist wird das heutzutage nicht mehr der Fall sein. Der Handlungsgehilfe hat nur noch in selteneren Fällen die Möglichkeit, sich die Kapitalien verfügbar zu machen, die zur „Etablierung" notwendig sind. Allerdings muß hier hinzugefügt werden, daß der reisende Handlungsgehilfe noch am ehesten diese Möglichkeit hat; denn war er eine ausnehmend tüchtige Kraft — und nur eine solche wird im Handel unter den modernen Konkurrenzverhältnissen den Gedanken der Selbständigkeit fassen — so war wohl in den meisten Fällen auch bei seiner Unselbständigkeit seine Tätigkeit eine verhältnismäßig gut gelohnte, wie denn seine Stellung überhaupt schon mit der des selbständigen Agenten einige Verwandtschaft zeigte. Dann ist der Sprung zur Selbständigkeit so schwer nicht mehr. In der Tat wird wohl auch die Mehrzahl der selbständigen Kaufleute überhaupt, nicht nur der Agenten, soweit sie eben aus dem Gehilfenstande hervorgegangen sind und nicht rein kapitalistische Unternehmer darstellen, Reisende gewesen sein. Es hängt das damit zusammen, daß der Absatz doch die bei weitem wichtigste Seite jeder kaufmännischen Tätigkeit ist oder doch in neuerer Zeit geworden ist. Der Kaufmann muß heute in erster Linie Verkäufer sein, darum den Absatzmarkt kennen und die Eigenschaften und Fähigkeiten besitzen, die dem Absatz dienen. Auch der Einkauf bedarf solcher besonderen Fähigkeiten, aber sie treten in ihrer Bedeutung zurück und werden bei einem geschickten Verkäufer ohnedies vorhanden sein, während das Umgekehrte keineswegs der Fall zu sein braucht. Es liegt dies an der Verschiebung, die in der wirtschaftlichen Machtstellung des Käufers und des Verkäufers in moderner Zeit eingetreten ist.

Aber selbst wenn die Mittel für eine Eigenhandels-Unternehmung ausreichend sein sollten, so wird gerade der mit besonderer Initiative begabte Reisende — der ja allein für diese Überlegungen in Betracht kommt — sich doch noch ernstlich die Frage vorzulegen haben, ob er allen den Beschränkungen und der unvermeidlichen Selbstbescheidung sich unterwerfen will, die einem „Anfänger" bevorstehen — denn allzu großen Umfanges wird seine Unternehmung bei der kapitalistischen Entwicklung und der Tendenz zum Großbetriebe, die auch den Handel heutzutage ergriffen haben, in keinem Falle sein können.

Basieren zudem — wie es wohl oft zutreffen mag — die Erfahrungen des Reisenden auf Verhältnissen eines industriellen Betriebes oder wenigstens eines Fabrikationsgeschäftes, so bedarf die Leitung eines Konkurrenzunternehmens t e c h n i s c h e r Spezialkenntnisse und -Fähigkeiten. Damit sind Schwierigkeiten verbunden, denen nicht jeder gewachsen oder sich zu unterziehen gewillt ist, abgesehen von der noch größeren Kapitalmenge, die ein solcher Betrieb immer erfordert. In ein fremdes Konkurrenzunternehmen einzutreten, ist auch nicht jedermanns Sache, besonders nicht einer selbstbewußten Natur, gilt auch z. T. als nicht ganz fair — es haftet immer etwas daran, schon als Angestellter und mehr noch als Teilhaber „zur Konkurrenz" zu gehen, eine moralische Bemängelung, der für eine Ausnützung seines Besitztums an Erfahrungen und Kenntnissen u n m i t t e l b a r und a u s s c h l i e ß l i c h f ü r s i c h s e l b e r niemand bei billiger Beurteilung in gleicher Weise ausgesetzt ist.

In solchen Situationen ist alles bereit für den E n t s c h l u ß zum A g e n t e n b e r u f. Es ist zu begrüßen, daß der Drang nach Selbständigkeit, auch in unserem Zeitalter der um sich greifenden und immer mehr apathisch hingenommenen wirtschaftlichen Abhängigkeit, noch so lebhaft und stark ist, um bewußte Menschen mit einigem Persönlichkeitsinhalt und entsprechenden Sachkenntnissen auf den dornenvollen Weg der Agentenlaufbahn zu bringen. So wird man, so wird in erster Linie der Handlungsreisende — Handelsagent. Und wenn man es s o wird, dann ist es trotz aller Mühen und des unaufhörlichen Kämpfens in gewissem Sinne ein i d e a l e r Beruf. Hier ist der Kaufmann all der demütigenden Abhängigkeit von hundert unfaßbaren und unbeeinflußbaren Faktoren, denen in unserer Zeit der kleine und mittlere Geschäftsmann ständig ausgesetzt ist, enthoben. Der neue Handelsagent kann sofort mitten

hineintreten in sein Berufsleben und kann sich seine Ziele sehr hoch stecken. Es handelt sich nur darum, das Entsprechende zu leisten. Erkennt man den Begriff der „Tüchtigkeit“ in dem Sinne, wie ihn der Agentenberuf erfordert und ausbildet, überhaupt an, so ist bei dem Handelsagenten das Ergebnis seiner Berufstätigkeit verhältnismäßig durchaus im Einklang mit seiner Arbeitsleistung und deren wirtschaftlicher Bedeutung. „Der ‚Tüchtige‘ bricht sich Bahn“, das gilt vor allem im Agenturgewerbe. In anderen Berufsarten ist es lange nicht so der Fall. Wenn in unserer Zeit lebhaft darüber Klage geführt wird, daß die Menschen es zwar meistens etwas leichter in ihrem Berufsleben haben als früher, daß sie aber viel schwerer zu ihrem Berufe kommen, so gilt das nicht vom Agentenberuf. In ihm wird's dem einzelnen nicht leichter gemacht; die Schwierigkeiten wachsen vielmehr. Wie soll einer die Agentenlaufbahn beginnen? Dafür gibt's keine Regel und keine Anleitung. Im allgemeinen wird in diesen Beruf aber auch keiner hineingezwungen oder mechanisch hineingeführt durch irgend welche äußeren Verhältnisse. Dafür bietet er zu wenig an sozialer Stellung und wirtschaftlicher Sicherheit; er trägt aber so auch nicht die Verantwortung für verfehlte Lebensläufe. Begrenzt und umgittert von staatlichen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen Einrichtungen und Bedingungen, abhängig von der Willkür menschlicher Satzungen, brechen viele andere Berufe manche volle Kraft. Auch der Handelsagent kann daran schließlich scheitern. In kaum einem anderen Gewerbe kann gerade die Willkür menschlicher Ordnungen, die ohne Kenntnis der Eigenart der Verhältnisse erlassen werden, soviel Unheil anrichten wie hier. Das drohende Verbot der sog. „Agentenbriefe“, mit dem das neue Jahrhundert das deutsche Agenturgewerbe zu begrüßen sich anschickte, war im Verein mit den aus der Verweigerung der Gewerbe-Legitimationskarte sich ergebenden Erschwernissen imstande, die Agenturvermittlung zu einem erheblichen Teile überhaupt lahm zu legen. Aber im ganzen bleibt's doch bestehen, daß unter dem Walten freier Konkurrenz, die gemäßigt ist durch eine strikte Bindung an einen ungeschriebenen, aber immer mehr sich durchsetzenden kaufmännischen Ehrenkodex des Agentenberufes, und bei verständnisvoller Fixierung der notwendigen rechtlichen Normen seitens der Gesetzgebung — was leider noch immer in erheblichem Umfange zu vermissen ist — die Freiheit, die das Agenturgewerbe beherrscht, eine „Anpassung und

Auslese" tüchtiger Kräfte erzeugt wie kaum ein Beruf sonst. Es ist eine Elite der energischen Menschen, die das Agenturgewerbe in sich versammelt und auf die Dauer bei sich festzuhalten vermag. Nicht gemeint sind natürlich die sozialen Irrlichts-Erscheinungen, die es auch einmal eine Zeit lang als „Agent" versuchen. Den Maßstab, in welche Kategorie der einzelne gehört, kann natürlich nur der Erfolg abgeben, kein Vorurteil und keine sonst irgendwie geartete Klassifizierung. Ob sich einer in diesem schweren Berufe als ehrenhafter Kaufmann zu behaupten vermag, das entscheidet über ihn. Es ist das Hocherfreuliche und in unserer Zeit der sinkenden wirtschaftlichen Selbstverantwortlichkeit ungemein Tröstliche an dieser ganzen Erscheinung des Agenturgewerbes, daß die bewußte Stimmung der großen Mehrheit aller Berufsangehörigen unzweideutig dahingeht, nur diesen Maßstab anzuerkennen. Keinerlei Berufszünftelei! Selbst ist der Mann! — das ist die Losung der Handelsagenten.

Auf diesem Hintergrunde vollen Persönlichkeitswertes und bewußter Leistungsfähigkeit werden die beinahe selbstgefällig klingenden Äußerungen verständlich, die man mitunter wohl in Agentenkreisen hören kann und die auch in den Fachzeitungen z. T. durchklingen; wenn da z. B. ein Berufskollege klagt, daß die Zeiten schlecht, die Provisionen rückläufige seien, so findet er nicht selten kurz und bündig die Erwiderung: „Die Schuld liegt bei den Vertretern. . . Ein guter Vertreter wird auch immer entsprechende Firmen vertreten" [1]). Es wird da immer ohne viel Federlesens anerkannt, daß gerade in den Schwierigkeiten die Kunst des Agenten sich zu beweisen habe; wenn die Verhältnisse glatt und einfach liegen, könne „jeder Markthelfer hinausgeschickt werden"[2]).

So kommt es dazu, daß es kein leeres Wort ist, etwa aus einer Stunde der Begeisterung erwachsen oder lediglich diktiert von dem Wunsche der Rehabilitierung eines bislang verkannten Gliedes in unserem Wirtschaftskörper: jene stolze, aus lebendiger Erfahrung geschöpfte Apostrophe, die der Generalsekretär des Centralverbandes Deutscher Handelsagenten-Vereine, Dr. Podewils, bei der Erörterung der Frage, wie die Handelsagenten zum

---

[1]) „Der Waren-Agent", 1910, Nr. 31, S. 243.

[2]) ibidem.

wirtschaftlichen Erfolge kämen und weshalb es so viele zu diesem Berufe dränge, an den IV. Kongreß zu Köln a. Rh. richtete:

„Das Geheimnis ist dieses: es sind Charaktere!“ [1])

* * *

Die dargelegte typische Entwicklung des Handelsagenten aus dem Handlungsreisenden ist mitunter für den Geschäftsherrn, der auf diese Weise oft gerade seinen tüchtigsten Angestellten, ohne oder mit Verschulden, verliert, mit großen Unzuträglichkeiten verbunden. Denn die Gefahr besteht, und sie wird oft und meist gegenständlich, daß die Kundschaft wenigstens zu einem Teile dem früheren Reisenden folgt. Dazu helfen die persönlichen Beziehungen, die dieser angeknüpft, und die jetzt wirksam werden, dazu helfen auch die besseren Bedingungen, die der Handelsagent auf Grund seiner ganzen Kenntnis der Geschäftsverhältnisse mit neu einzuführenden Firmen für die Kundschaft unter Umständen leicht herausholen kann. Lange hat er diese Verhältnisse mit kritischem Blick beobachtet, jetzt kann er als selbständiger Kaufmann die Konsequenzen ziehen. Wie soll sich der Geschäftsherr gegen eine solche, für ihn so unbequeme Entwicklung der Dinge schützen? Die Ausbedingung einer Konkurrenzklausel schützt ihn nur ungenügend, und überhaupt ist die Konkurrenzklausel ein absterbendes Hilfsmittel im wirtschaftlichen Leben. Sie mag in vielen Fällen berechtigt sein, namentlich da, wo erst die objektiven Geschäftseinrichtungen wertvolle und wirtschaftlich leicht zu verwertende Kenntnisse vermitteln. Sie hat z. B. eine volle Berechtigung für die Kontorangestellten eines Agenturgeschäftes. Der Handelsagent ist auch als Prinzipal der Träger der persönlich aufzuwendenden Arbeitsleistung; da erscheint allerdings eine Ausnutzung der dem Kontorpersonal zugänglichen Verhältnisse des Geschäftsbetriebes, der Details über die einzelnen Kunden, über Preise, Lieferungsbedingungen, Kredite etc., deren Kenntnis Vertrauenscharakter besitzt und von dem Angestellten ganz ohne eigene persönliche Leistung erworben wird, illoyal [2]). Doch paßt dieses Beispiel wenig auf die hier betrachteten wirtschaftlichen Zu-

---

[1]) Protokoll, S. 87.

[2]) Der Mißbrauch der „Kundenliste“ seitens ehemaliger oder ungetreuer Angestellten von Agenturfirmen spielt leider keine geringfügige Rolle, s. z. B. „Der Waren-Agent“, 1910, Nr. 2, S. 9.

sammenhang. Denn den einigermaßen gesicherten Kundenkreis, über den ein Reisender verfügt, hat er in erheblichem Umfange meist selber erworben. Die Forderung einer Konkurrenzklausel hat auch die sehr üble Nebenwirkung für den Geschäftsinhaber, daß Persönlichkeiten, die über Initiative verfügen, schwerer dafür zu haben sein werden. Denn diese werden sich dagegen sträuben, selber sich den Lebensnerv durchzuschneiden, der ihre ganze Zukunft trägt.

Es besteht auch die Aussicht so starker gesetzlicher Einschränkung der Konkurrenzklausel, daß ihre praktische Verwendbarkeit bedeutungslos wird. Dennoch ist trotz dieser Ablehnung des vertraglichen Konkurrenzverbots aus sozialen Gründen die Menge und Bedeutung der auf Seiten des Geschäftsherrn gegenüber seinem Reisenden vorhandenen Interessen nicht zu verkennen. Wie soll er sich schützen? Die Frage erhebt sich mit Dringlichkeit, ebenso aber auch aus dieser ganzen Ausführung mit Leichtigkeit die Lösung. Der Geschäftsherr kommt am einfachsten über diese Kalamität hinweg, wenn er zum Vertriebe seiner Artikel nicht reisende Gehilfen anstellt, sondern sich durch Handelsagenten vertreten läßt. Damit sind, wie an anderer Stelle noch auseinanderzusetzen sein wird, für ihn die mannigfachsten weiteren Vorteile verbunden. Die Entwicklung geht auch mit Sicherheit diesen Weg. Die naheliegende Befürchtung, daß damit die vornehmste Ergänzungsquelle des Agenturgewerbes aufhört oder eingeschränkt wird, dürfte nicht zu hoch anzuschlagen sein. Die Entwicklung wird niemals so weit gehen, daß Kaufleute und Fabrikanten gänzlich auf den Versuch direkter Heranziehung der Kundschaft durch eigene Reisende verzichten werden. Namentlich werden die Handelshäuser, da sie ja selber schon eine Zwischenhandelsstufe darstellen, sich auch weiterhin mehr des reisenden Angestellten bedienen, während die Fabrikanten von vonherein mehr Neigung haben werden, die kaufmännische Kraft des Handelsagenten für sich zu verwerten. Überdies kann der Zulauf zum Agentenberuf eine Einschränkung ganz gut vertragen.

Zudem ist auch noch Ergänzung aus anderen Berufsschichten, nicht nur aus den kaufmännischen Branchen, vorhanden. Denn es ist klar, daß der freieste Beruf, der denkbar ist, eine gewaltige Anziehungskraft auf alle diejenigen haben muß, die aus irgend welchen Gründen in ihrem zuerst erwählten Berufe nicht vorwärtsgekommen sind. Wenn alles andere nicht mehr geht, so wird es eben auch

einmal als „Agent“ versucht, und gewiß finden sich, wie schon angedeutet, bisweilen auch auf diesem Wege in ihrem Kern tüchtige Elemente, die, durch Not gezwungen [1]), den Entschluß finden, sich der scharf wehenden Luft bei dem Wettlaufe um den Erfolg im Agenturgewerbe auszusetzen, und meist nach einer freilich oft recht harten Schule volle Handelsagenten im besten Sinne werden. Gewiß laufen — hier wie überall — auch ungeeignete Persönlichkeiten mit unter — sie werden aber gerade hier nach in der Regel nur kurzem Debut wieder ausgeschieden, freilich nicht ohne Spuren zu hinterlassen: Ungeeignet moralisch und nach ihren fachlichen Erfahrungen, schädigen sie den Stand der Handelsagenten in zwiefacher Weise; sie drücken Namen und Beruf des „Agenten“ in der breiten Öffentlichkeit herab, und sie schädigen die Handelsagenten wirtschaftlich, da sie, um die ihnen anhaftenden persönlichen Mängel zu verdecken, oft bereit sind, wie jeden Provisionssatz anzunehmen, so auch sich sonst den ungünstigsten Bedingungen zu unterwerfen, auch die schlechteste Ware zu übernehmen und sich mit jeder Art von Kundschaft einzulassen. So schädigen sie den Glauben an den Erfolg des Handelsagenten nach beiden Seiten hin, in den Augen der Käufer, wie bei den zu vertretenden Häusern. In ihrer oft sehr großen Unkenntnis geschäftlicher Verhältnisse abstrahieren sie von den einmal gegebenen Realitäten des Geschäftslebens, verderben die Preise und die Kundschaft, den Ruf der Ware und zugleich den des Agententums.

Es geschieht natürlich auch, daß aus anderen Berufen Männer in das Agenturgewerbe übertreten, für die diese Bedenken nicht gelten, die man gerade auf Grund ihres früheren Berufes als besonders geeignet für die Handelsvermittlung in der Form der Agentur ansehen muß. Das ist z. T. auch in den Fällen festzustellen, wo diese künftigen Handelsagenten nicht einmal aus dem Kaufmannsstande, auch nicht etwa aus dem Kreise der Produzenten und Fabrikanten kommen, sondern gerade aus dem der Konsumenten und Kunden. Denn diese sind über die Erfordernisse der Waren bei Gebrauch oder Verbrauch naturgemäß meist vortrefflich orientiert. Sind es nun noch dazu Leute, die das Glück gehabt oder sonst es verstanden haben, die notwendigen persönlichen Beziehungen sich zu verschaffen, über Menschenkenntnis verfügen, eine ge-

[1]) Wie Sombart es gerade mit Bezug auf den Zulauf zum Agentenberuf übertreibend ausdrückt: „die zahlreichen von der kapitalistischen Flut ans Ufer gespülten Existenzen“ — „Der moderne Kapitalismus,“ II. Bd., S. 408.

nügende Übersicht über die Marktverhältnisse gewonnen haben, so sind alle Bedingungen für einen Erfolg des künftigen Handelsagenten gegeben. So hat etwa ein Landwirt, Landwirtssohn oder Gutsinspektor, der die Einführung landwirtschaftlicher Maschinen und Geräte auf den Gehöften seiner Berufsgenossen mit Verständnis verfolgt hat, namentlich die speziellen Erfordernisse für die betreffende landwirtschaftliche Betriebsgröße, die ihm aus seiner eigenen praktischen Erfahrung besonders nahe liegt — worauf sehr viel ankommt — genau kennt und nun dazu mit Hinz und Kunz in den umliegenden Dörfern, Flecken, auf den Gutshöfen gut Freund ist, einmal bei der zunächst ganz gelegentlichen Vermittlung eines Geschäfts über einen Gegenstand, dessen Vorzüge ihn besonders gefesselt haben, einen Erfolg. Er empfiehlt diesen einen Artikel weiter, und es gelingt ihm wiederum. So hat er auf diesem begrenzten, aber sachlich und persönlich von ihm genau gekannten Terrain Erfolge, die ihm der tüchtigste Reisende der besten Firma mit der vorzüglichsten Ware nicht streitig machen kann. Diese Art von Geschäftsbetrieb dehnt sich nun weiter aus. Zunächst ist ja dieser sich entwickelnde Agent garnicht auf diesen Erwerb angewiesen. Er ist in seinem Wirtschaftsbetriebe voll beschäftigt und betreibt diese „Gelegenheitsvertretung" nebenbei zum Zweck der Erwerbung einer Nebeneinnahme, eines Taschengeldes. Doch er wird nun mit dieser Tätigkeit schon bekannter, versucht es dann auch mit verwandten Artikeln. Es kommt jetzt alles darauf an, wie weit durch seine soziale Position, die nicht zu hoch, nicht zu tief sein darf, die Fäden der persönlichen Bekanntschaft weiter gesponnen werden können und mit welchem Geschick er daran anzuknüpfen versteht. Dann ist das Angebot einer Vertretung von einer Firma und mehreren bald da. Er erwirbt mit der Zeit volle kaufmännische Gewandtheit und Routine; der Handelsagent ist fertig. Der Vertrieb landwirtschaftlicher Maschinen erfolgt zumeist in der dargestellten Weise. — Auf diese und ähnliche Art können in beschränkteren Verhältnissen Agenturbetriebe zur Entwicklung gelangen, wo sonst der Strom des Verkehrs noch nicht hinführt, und so *volkswirtschaftlich* ganz ungemein wichtige Erfolge erzielt werden.

So kommt es auch sehr leicht und vielfach vor, daß Fabrikanten und Handwerksmeister, sei es, daß sie *nicht* prosperiert haben, sei es, daß sie umgekehrt *gerade* genügend erworben haben und nun sich nach einer andersartigen, „interessanten" Tätigkeit sehnen,

die sie aber doch innerhalb der ihnen vertrauten Interessen ihres ursprünglichen Berufes beläßt, zu Handelsagenten werden, und zwar nun nicht etwa für die Artikel, die sie früher produziert haben, sondern für die Rohstoffe, die sie früher für ihre Produktion regelmäßig gebraucht haben, die sie also nach Eigenschaften und Bezugsquellen gut kennen gelernt haben. Dann haben sie als Betätigungsfeld den Kreis ihrer früheren Berufskollegen, und es ist wieder nur die Frage, ob es ihnen gelungen ist, sich einen solchen Fonds von Achtung und Ansehen im Kreise ihrer Kollegen zu erwerben, daß sie mit ihren Angeboten als nunmehrige Agenten durchdringen. Es ist klar, daß diese persönlichen Beziehungen von einer guten Qualität der Ware unterstützt sein müssen, aber nach dieser Richtung wird ein solcher Fachmann, sofern er nur einigermaßen die nötige Erfahrung erworben hat, so leicht schon nicht fehlgreifen. Dann kommt, wenn sie etwa in ihrem früheren Berufe kein Glück gehabt haben, nun auch in gewissem Umfange die bewußte Unterstützung der früheren Berufskollegen, die ja nun nicht mehr Konkurrenten sind, hinzu und hilft die schweren Schritte des Anfangs auf dem neuen Arbeitsgebiete erleichtern. Was danach aus ihnen wird, wird allerdings in ihre eigene Hand gegeben sein. Auch die Offiziere a. D. spielen im Agenturgewerbe eine gewisse Rolle, und zwar wegen der Tatsache, daß auch ihnen aus ihrer früheren Berufstätigkeit meist persönliche Verbindungen zur Verfügung stehen, die nicht ohne einige Berechtigung zu geschäftlichen Erfolgen zu verwerten versucht werden kann. Von einer weiteren Ergänzungsquelle für das Agenturgewerbe stellt eine Zuschrift von sachkundiger Seite in der Presse folgendes fest, was ja auch sonst nicht ganz unbekannt ist:

> „Es wimmelt geradezu in größeren Industriebezirken, wie z. B. dem oberschlesischen, von Ingenieuren mit und ohne Diplom, welche Vertretungen für Metalle und Werkzeuge, Treibriemen und Öle, Maschinen und Dichtungsmaterialien, elektrotechnische Artikel und tausenderlei andere Sachen führen“ [1]).

Sind in vorstehendem diejenigen Personenkreise behandelt, die in dem Agenturgewerbe gewissermaßen ab ovo anfangen, so kommt doch noch eine andere Möglichkeit der Berufsergänzung sehr ernstlich in Frage. Neben der hauptsächlichen Ergänzung des Agentur-

---

[1]) „Der Waren-Agent,“ 1907, Nr. 27, S. 214.

gewerbes aus dem Handlungsgehilfen-, namentlich dem Handlungsreisenden-Stande ist auch von Anfang an eine solche aus dem selbständigen Berufe des Kommissionärs nebenher gegangen und hat in neuerer Zeit immer mehr an Bedeutung gewonnen. Es spielen hier die Konkurrenzverhältnisse zwischen dem Kommissionär und dem Handelsagenten eine Rolle, die sich, wie noch zu erläutern sein wird, zugunsten des letzteren zu entwickeln scheinen. Heißt es doch schon in der „Denkschrift" für das neue Handelsgesetzbuch:

> „Der Geschäftsbetrieb der Agenten hat gegenwärtig einen sehr bedeutenden Umfang erreicht und im Warenverkehr zum Teil den Kommissionshandel verdrängt" [1]).

Ebenso gehen vom Maklergewerbe bisweilen Persönlichkeiten zum Handelsagentenberufe über. Aber nicht nur diese verwandten Gewerbszweige bilden eine Ergänzung für das Agenturgewerbe; auch aus dem Eigenhandel heraus vollzieht sich eine ständige Umwandlung zu Agenturbetrieben, wie es z. B. der Präsident der Handelskammer zu Hamburg auf dem II. Kongreß Deutscher Agenten bei einer großen Reihe von Firmen konstatierte, „die früher das Geschäft für eigene Rechnung machten, es vorgezogen haben, jetzt als die Vertreter ihrer auswärtigen Freunde Geschäfte zu vermitteln" [2]).

Natürlich ist die Situation bei einem solchen vielleicht allmählich sich vollziehenden Übergange eines bestehenden Betriebes in die Form der Agentur ungemein erleichtert, da ganz wertvolle Bedingungen der neuen Betriebsform, namentlich persönliche Beziehungen von dem neuen Handelsagenten mitgebracht werden.

Bei dieser so sehr verschiedenartigen sozialen und vorberuflichen Zusammensetzung des Agenturgewerbes könnte schließlich die sehr naheliegende Frage auftauchen, ob es denn nicht eine direkte Ausbildung zum Handelsagenten gibt, ob nicht unmittelbare Vorbereitung auf diesen Beruf durch „Lehrzeit" oder sonstiges systematisches Einarbeiten in die Verhältnisse möglich sei. Fälle der Art mögen vorkommen, namentlich beim Übergange eines Agenturgeschäftes vom Vater auf den Sohn. Aber im allgemeinen ist eine besondere Agenturlehre unmöglich. Denn das Wichtigste für den Handelsagenten, die persönlichen Beziehungen, Menschenkennt-

---

[1]) Entwurf eines Handelsgesetzbuchs nebst Denkschrift, aufgestellt im Reichs-Justizamt. Amtl. Ausg., Bln. 1896, S. 68.

[2]) Herr A. Michahelles, Protokoll, S. 19/20.

nis, Urteilsfähigkeit, Geschick und geschäftliche Erfahrung sind unlehrbare Qualitäten. Ist somit die „ordnungsmäßige“ kaufmännische Lehrzeit für den Handelsagenten vielleicht nicht von der gleichen Bedeutung wie sonst für den Kaufmann, so wird sie immerhin nicht weniger zweckmäßig für ihn sein. Schon damit er ein „ordentlicher Kaufmann“ ist, was er als Handelsagent sein soll, muß er wenigstens in einer Branche, am besten aber in mehreren gründlich Bescheid wissen und die erforderliche Sachkunde sich erworben haben. In diesem Zusammenhange verdient die Frage allerdings eine Beleuchtung. Aber daran ist natürlich festzuhalten: die kaufmännische „Lehre“ gibt dem Handelsagenten nicht, was er für diesen seinen Beruf braucht. Das ist vielmehr in seiner Persönlichkeit enthalten und etwa seinem „Glück“, den günstigen Gelegenheiten, die ihm sein Lebensgang, sein früherer Beruf darboten, oder es ist nicht darin enthalten, und dann soll er lieber dem Ehrgeiz auf die selbständige Position des Handelsagenten entsagen. Die Lehre ist für den Handelsagenten also von keiner selbständigen Bedeutung, so gut, ja so notwendig es auch ist, daß er in jeder Beziehung Kaufmann ist. Es hat auch wohl nur selten junge Leute gegeben, die mit dem Bewußtsein ins Leben hinausgetreten oder dazu erzogen worden sind — Handelsagenten zu werden. Die Fähigkeiten zu diesem Beruf liegen nicht auf der Oberfläche, sind nicht so leicht erkennbar, und außerdem sind die günstigen Gelegenheiten, an denen sich diese Fähigkeiten ausbilden, weiter entwickeln, erproben können, selten in die Hand des einzelnen gegeben.

Demnach versteht es sich von selbst, daß im Agenturgewerbe sachlich auch kein Boden dafür vorhanden ist, den Zugang zu diesem Berufe irgendwie an den Nachweis formeller Befähigungsbedingungen zu binden, etwa nach dem Muster des bekannten Handelsschriftstellers Beigel, der seinerzeit ein leibhaftiges, unter Aufsicht eines Regierungskommissars abzuhaltendes „Kommis-Examen“ für den Kaufmannsstand forderte [1]), in einer Zeit, wo von anderer Seite die kaufmännische Lehre vielfach überhaupt als überflüssig erachtet wird. Les extrêmes se touchent. Dergleichen auf Einfüh-

[1]) R. Beigel, Die Mängel unseres gegenwärtigen kaufmännischen Bildungswesens. Bln. 1893, S. 34. Auch späterhin wird dieser Gedanke von demselben Schriftsteller noch eifrig vertreten. — Erst den so ausgebildeten deutschen Kaufmann glaubt dieser Verfasser für berufen halten zu dürfen, „die Erzeugnisse des einheimischen Gewerbefleißes weit hinaus in ferne Länder und Zonen zu tragen“ a. a. O., S. 51.

rung irgend einer Art von Befähigungsnachweis abzielende Bestrebungen können besonders im Handelsagentenstand keinen Boden finden. Es gäbe auch durchaus keine Möglichkeit, die für den Handelsagenten notwendigen oder wünschenswerten Kenntnisse und Fähigkeiten in irgend ein verzwicktes Examinationsschema zu zwängen. Der an sich schon grelle Gegensatz, der immer wieder deutlich wird, zwischen dem geistigen Minimum, das von einem Menschen durch Prüfungsmethoden abgegriffen werden kann, und den Maßen der Leistungsfähigkeit, die im Leben gelten, würde in einem Berufe, der so oft auf die Praxis des Lebens eingestellt und angewiesen ist wie der Agentenberuf, zu einem schreienden Widersinn führen.

Es bedürfte auch dieser nach allem Vorstehenden als ziemlich selbstverständlich anmutenden Ausführungen nicht erst, wenn eben nicht doch von Zeit zu Zeit auf Befähigungsnachweis usw. ausgehende Vorschläge aufzutauchen pflegten, die ihre Beglückungsversuche auch auf dieses freie Gewerbe erstrecken, allerdings schwerlich aus Agentenkreisen selbst heraus [1]).

Überdies hat die ganze Frage: Wie wird man Handelsagent? für den Handelsagentenstand selbst keine übermäßig praktische Bedeutung. Dieser Beruf steht so im wirtschaftlichen Kampfe nach allen Seiten hin, erhebt die stärksten Ansprüche an das Können des einzelnen, daß er seine Anforderungen jedem einzelnen mit aller Schärfe von selbst aufprägt. Da besteht eben nur eine hervorragende Kraft, und es ist völlig bedeutungslos, wo und wie sie sich im Einzelfalle gebildet hat. Die Normen, die darum für das Können und Wissen des einzelnen hier maßgebend sind, schafft das Leben, der wirtschaftliche Kampf. Wie es in der Politik heißt, der Staatsmann sei einzuschätzen lediglich nach seinem Erfolge, so heißt es auch beim Handelsagenten: „Erfolg ist alles"; er bestimmt im Einzelfalle a posteriori, was nötig gewesen ist, zu ihm zu gelangen.

Verschließen braucht man sich darum der Einsicht nicht, daß trotz der ständigen Aussiebung des Spreus der breite Zustrom Unruhe und auch Übelstände in das Gewerbe bringt. Der Eintritt durch

---

[1]) So bemerkte z. B. das „Neue Deutsche Handwerkerblatt" (Wiesbaden) in einer im übrigen das Agenturgewerbe vom Standpunkte der besonderen Handwerksinteressen nicht ungünstig beurteilenden Auslassung: „Der Kaufmanns- und Agentenstand krankt an demselben Übel wie der Handwerkerstand — er hat keinen Befähigungsnachweis." — Nr. 34, v. 25. Aug. 1906, S. 401.

diese „weit geöffnete Tür“ verursacht in der Tat ein Minimum von äußeren Schwierigkeiten, das erforderliche Betriebskapital ist oft nicht gerade groß, Anlagekapital ist verhältnismäßig nur in geringem Umfange nötig, und es gibt auch immer einige Branchen, in denen die nötigen Fachkenntnisse nicht allzu umfassend und leicht erlangbar sind. Ja, noch mehr, der Eintritt nimmt sich oft sehr verlockend aus. Die Annoncenteile der Zeitungen sind voll von den rosigsten Angeboten, mit denen der „tüchtige Vertreter gesucht“ wird. Die Nachfrage ist auch zweifellos größer als das Angebot. Trotz des geschilderten Zustroms aus allen möglichen Berufsschichten ist der „tüchtige Vertreter“, der alle für den Erfolg erforderlichen persönlichen und sachlichen Eigenschaften in sich vereinigt, so leicht nicht zu haben.

Überhaupt braucht ja auch, der tatsächlichen Entwicklung nach, der Handelsagentenstand nicht in übertreibender Weise in das zu heutiger Zeit bei allen Berufskategorien so sehr beliebte, von der Konkurrenzangst diktierte Klagelied der „Überfüllung“ einzustimmen. Legt man die aus der Berufsstatistik sich ergebenden Zahlen [1]) zugrunde, so erhellt auch bei allen statistischen Mängeln dieser Aufstellung, daß übermäßig schlimm die Verhältnisse nicht sein können. Allerdings bezifferte sich die Zunahme der Berufskategorie „Handelsvermittlung“, deren Hauptanteil ja das Agenturgewerbe bildet, nach der Art der Berechnung, wie sie an anderer Stelle [2]) begründet werden wird, von 1882 bis 1895 auf 33 %, während die selbständigen Handeltreibenden überhaupt nur um rund 20 % sich vermehrten. Das war die Zeit des großen Aufschwungs des deutschen Agenturgewerbes. Da wurde mit der Grund gelegt zu der modernen deutschen Wirtschaftsentwicklung. Wenn „mit Recht der Handel bezeichnet worden ist als der Organisator der gegenwärtigen und der sich bildenden Wirtschaftsordnung“ [3]), so lag eben dem deutschen Agenturgewerbe in jenem Zeitraum ein Hauptstück dieser Aufgabe ob, und so wird der damalige unverhältnismäßige Aufschwung wohl verständlich. Nachher ist ja die Entwicklung auch weit ruhiger verlaufen. Von 1895 bis 1907 belief sich das entsprechende Anwachsen nur noch auf 17 %, bei 15 % im Handels-

---

[1]) Anhang, Tabelle II.

[2]) s. die methodologischen Auseinandersetzungen des folgenden Abschnittes.

[3]) K. Rathgen auf dem VII. Evangelisch-Sozialen Kongresse zu Stuttgart 1896, Kongreßbericht, Bln. 1896, S. 76.

gewerbe; es erreichte mit dieser Steigerungsziffer nicht einmal die 20 %, die die gesamte Berufsabteilung „Handel und Verkehr" in dieser Zeitspanne aufwies. Gegenüber der geringen Zunahme der Selbständigen in Landwirtschaft, Gewerbe und Handel seit 1895, die uns die Berufsstatistik von 1907 mit der vom sozialpolitischen Standpunkte aus bedauerlich niedrigen Ziffer von

0,29 %

enthüllt hat [1]), und die, an die Bevölkerungszunahme während dieses Zeitraums gehalten, sich wie ein unverkennbarer Rückgang ausnimmt, zeigt die Handelsvermittlung und somit, wie aus der allgemeinen Kenntnis der Dinge gefolgert werden darf, das Agenturgewerbe allerdings einen umso erfreulicheren Aufschwung. Im Vergleich zu dem Zählergebnis von 1882 beträgt dieser sogar 56,5 %! So stehen annähernd die Tatsachen. — So erfreulich sie sind, haben sie natürlich für die Berufsmitglieder die Kehrseite, daß es ein scharfer Wettbewerb doch ist, der sich in diesen Zahlen ausdrückt. Gewiß wirken die schon bei vielen Gelegenheiten hervorgehobenen, garnicht so versteckt liegenden Schwierigkeiten, die Bedenken der ungenügenden Zukunftssicherung, der ganzen exponierten Stellung des Handelsagenten im Wirtschaftsleben auf gar viele abschreckend; und um sie ist es kaum viel schade für das Agenturgewerbe, denn für Leute ohne Selbstvertrauen und einigen Mut ist darin nun einmal kein Platz. Aber es ist ja einmal so im Leben und auch gerade hier der Übelstand, daß die mehr oberflächlich und äußerlich die Verhältnisse beobachtenden Menschen geneigt sind, nur auf die Erfolge zu sehen, die ein Beruf und gerade dieser Beruf dem äußeren Anscheine nach so leicht verspricht. Da muß dann der scharf scheidenden Erprobung in dem Sturme des Lebens und des Wettbewerbes freie Bahn gelassen werden. Es gibt keinen anderen Ausweg. Ein direkter Konkurrenzausschluß ist innerlich ganz unverträglich mit einem Gewerbe, das so in der wirtschaftlichen Freiheit zu leben gewohnt ist, so auf Freiheit gegründet ist, wie das Agenturgewerbe.

Die Mehrzahl der Handelsagenten stellt auch eine so sicher dem eigenen Können vertrauende Menschenschicht dar, daß sie an Beschränkungen nicht denkt. Aber der Weg, der allein gangbar ist, der der freien Selbsthilfe, wird rüstig beschritten. Was da an be-

---

[1]) Anhang, Tabelle II.

wußter und geordneter Gegenwehr gegen minderwertige Elemente geleistet werden kann, kann allein durch freie Berufsorganisation geschehen. Eine machtvolle, zentralisierte Agentenorganisation kann einen scharfen Trennungsstrich ziehen zwischen dem soliden Agenturfachmann und allem anrüchigen oder unbrauchbaren Gemengsel sozialer Splitter, das sonst mit dem Agentennamen sein Fortkommen sucht und ihn dabei so oft schändet. Sie kann diese scharfe Scheidung mehr und mehr auch in das Bewußtsein der öffentlichen Meinung hineintragen und so schließlich bei allen Verständigen und Urteilsfähigen durchsetzen. Für einen freien Beruf kann so der Organisationsgedanke eine besondere, fruchtbare Bedeutung gewinnen. Das hat sich an der Begründung des „Centralverbandes Deutscher Handelsagenten-Vereine" erwiesen. An dieser Organisation dürfen nur geschäftlich und persönlich einwandfreie Elemente teilnehmen. Das ist die große, segensreiche Sichtung, die der Agentenstand aus seiner eigenen Initiative vornimmt. Aber auch dem materiellen Schaden kann eine solche Organisation steuern, indem sie die Kaufmannschaft und die Industrie ständig auf die wesentlichen Eigenschaften und Erfordernisse des Handelsagenten selbst hinweist und so durch fortgesetzte, unermüdliche Propaganda in immer weitere Kreise hinein die Überzeugung verbreitet, daß Handelsagenten keine gemieteten, mechanisch funktionierenden Geschäftsaushilfen darstellen, sondern — volle, hochqualifizierte Persönlichkeiten, daß es immer nur darauf ankommen kann, die tüchtigsten herauszufinden und daß alles Vorurteil gegen den sog. „billigen" Agenten sprechen muß [1]), denn der billigste wird allezeit nur in dem besten zu finden sein. Der Handelsagent hat nur Wert, wenn er „Qualität" ist. —

Im ganzen, trotz der das klare Bild trübenden Erscheinungen, entspricht schließlich die tatsächliche personale Physiognomie des Handelsagentenberufes der Skizze, die sich theoretisch aus dessen soziologischer Gestaltung und psychologischen Bedingungen ableiten läßt. Es ist der Geist des self-made man im besten Sinne des Wortes, der die modernen Handelsagenten beherrscht. Diese Leute wissen, was sie wirtschaftlich wert sind, denn umsonst —

---

[1]) „Agenten oder Vertretern gegenüber, die gerade im Anfange des Geschäfts sich mit geringstem Nutzen begnügen wollen, ist immer Vorsicht geboten." — Aus einem Leitartikel der „Voss. Ztg.", Bln. 1908, Nr. 363, 5. Aug., Morgen-Ausg., 2. Spalte.

zahlt keiner Provision. Und doch ist es nicht der Geist der Überhebung, der hier gepflegt wird. Diese Männer sind an Ausgleichung der Gegensätze gewöhnt: „Vermittelung" ist ja ihre Lebensaufgabe und Konnivenz ihre Lebensluft. „Charaktere" zwar, doch ohne überflüssige, verletzende Charakterschärfen. Freilich soziale Grenzpfähle werden nicht hochmütig aufgerichtet und auch nicht — sonderlich respektiert. Ehrfurcht vor lediglich durch Besitz gezogenen Schranken oder vor durch ein bißchen Examen abgesteckten Grenzen kann Männer nicht ausfüllen, die einem vollen schweren Lebenskampfe täglich und stündlich ihre Existenz abzuringen haben, wenn auch bisweilen mit erfreulichem Erfolge. Bei solchen Menschen wird eben die Leistung gewertet, das rein tatsächliche Besitztum imponiert weniger. Das Bild, das Calwer vom Handelsagenten zeichnet, wenn er ihn meinen sollte, was nicht ganz klar aus seinen Ausführungen hervorgeht, ist ein total verzerrtes [1]). Er kennt den Handelsagenten nicht — wenn er ihn kennte, wenn er z. B. nur einmal hineingeblickt hätte in das pulsierende Leben eines Agentenvereins, so wäre er bei seiner Schilderung wenigstens in etwas angesteckt worden von dem frischen Lebensgeist tatkräftiger, kämpfender und dabei doch von lebendiger kollegialer Gesinnung erfüllter Menschen. Dieses ganze Milieu, diese Auslese moralisch und geschäftlich einwandfreier Persönlichkeiten vermittelst der Berufsorganisation kann es einen unter Handelsagenten wohl sein lassen. Man kann deshalb den typischen Handelsagenten von heute wohl als den Herold ehrbarer Kaufmannsgesinnung bewerten für alle Kreise, die mit ihm in Berührung kommen.

Es ist etwas Großes um diesen Geist wirklicher Kollegialität, starker, begeisterungsfreudiger Berufskollegialität, wie er namentlich seit der Gründung des Verbandes in diesem Stande erwacht ist — man muß immer daran denken: unter Leuten, die täglich im schärfsten Wettbewerbe auch gegeneinander stehen! Der eine ist des anderen unmittelbarer, oft recht deutlich fühlbarer und oft täglich sichtbarer Konkurrent. Auch die soziale Differenz zwischen dem „großen" und dem „kleinen" Agenten ist ja vorhanden; aber sie zerreißt das gemeinsame Berufsbewußtsein zur Zeit noch nicht. Es ist ganz zweifellos, daß andere, sozial weit mehr geschützte Stände soviel an Berufsidealismus nicht aufbringen, wie

---

[1]) R. Calwer, „Der Handel" in der Sammlung „Die Gesellschaft", Bd. VIII, S. 37/39.

in den rührigen Agentenvereinen wirksam ist, so sehr jene auch vielleicht ihr „Standesbewußtsein" betonen mögen.

Auch bei Calwer klingt nur die landläufige, durch die erwähnten anfechtbaren Elemente, die sich etwa auch des Agentennamens bedienen, ungenügend gerechtfertigte „Animosität" gegen den Agenten wider. Es kommt bei ihm schließlich nichts anderes als die populäre Vorstellung, die vielleicht aus den Anfangszeiten des reisenden Kaufmanns her [1]) noch herumspukt, von leichtlebigen, etwa windbeuteligen Personen zum Ausdruck, die man wohl mit etwas nachsichtig-väterlichem Wohlwollen, z. T. als Kuriosität gelten läßt, die man aber nicht weiter ernst nimmt oder gar schätzt. Wenn die Kritiker — auch Sombart ist in seinen Ausführungen über den Agenten [2]) von solchem Vorurteil nicht frei — nur wüßten, wie es in der Welt des Handelsagenten zugeht. Wirklich gute Agenturen sind eben nicht gerade häufig und dann meist in festen Händen; „kleine Vertretungen liegen in der Tat sozusagen auf der Straße; nur bringen sie nichts ein" [3]) — es gehört eine große Energie und ein wahrhaft mühseliger Fleiß dazu, mit solchen „kleinen Vertretungen" erst einmal in die Höhe zu kommen, wenn's auch nachher etwas leichter geht. Ein Leichtfuß wird nicht Handelsagent, bleibt es jedenfalls nicht lange. Aber allerdings — Lebenswille und Lebensfreudigkeit, eine rastlose Lebendigkeit, ja Lebhaftigkeit gehört schon dazu, es zu sein. Mit quietistischem die Dinge an sich Herankommen-Lassen ist hier nichts getan. Das mag der innere Kern sein, der an den geschilderten Auffassungen zu Recht besteht. Dem Handelsagenten wird die ganze Schwere des Lebenskampfes wohl zu Gemüte geführt, recht nachdrücklich sogar; da ist als Korrelat ein bewußter Vorsatz, sich das Leben nicht noch schwerer zu machen, als es so schon ist, wohl erklärlich, unvermeidlich. Mit einigem Recht kann daher auch von einem dem Handelsagenten „ganz besonders eigenen", „unverwüstlichen Optimismus" [4]) gesprochen werden; positive Stellung zur Welt und zu den Menschen ist hier nicht mehr Temperamentsache oder individuelle Charaktereigenschaft, sondern wird Berufserfordernis — soziale Notwendigkeit.

---

[1]) s. die mehrfach zitierten Aussprüche von Balzac, S. 35, 48.

[2]) „Der moderne Kapitalismus", Bd. II, S. 407ff.

[3]) „Der Waren-Agent", 1908, Nr. 37, S. 289.

[4]) „Der Confectionair", 1912, Nr. 11, 16. Beil.; „Gummi-Zeitung", 26. Jg., Nr. 34, S. 1330.

Allerdings mag es auch noch einen anders zu deutenden Grund geben, welcher der so oft — wie z. B. in der „Farbenztg." einmal unter der klassischen Überschrift: „Was mir durch den Kopf ging, als ich mich über einen Agenten ärgerte" [1]) — sich Luft machenden Animosität gegen den Handelsagenten Nahrung gibt [2]). Der Handelsagent rechnet sich sozial zum „Mittelstand" und wohl mit Recht. Aber er gehört im Durchschnitt doch wohl zu den höheren Stufen desselben. Es ist schon einmal darauf hingewiesen, daß der Erfolg der freilich großen Mühen oft ein unbefriedigender nicht ist, wie z. B. aus den Zahlen, die über die von den Tabaksagenten Berlins erzielten Umsätze festgestellt sind [3]), sich wohl vermuten läßt. Wir haben also hier einen Stand vor uns, der mit Initiative vorgeht und so im Lichte einer gewissen Aggressivität den konkurrierenden Handelsvermittlern erscheint, und der auch Erfolge zu verzeichnen hat, allgemein volkswirtschaftliche und nicht ungünstige privatwirtschaftliche für sich selber. Da gilt das Wort, das E. Gothein einmal so formulierte:

> „Auch der lästigste Besitz auf zweifelhaftem Rechtsgrunde ohne volkswirtschaftliche Leistungen erscheint selbstverständlich, der vordringende Erwerb erweckt Eifersucht" [4]).

Nun befindet sich aber das Agenturgewerbe im ganzen auf dem Vormarsche, wie der nächste Abschnitt zu zeigen die Aufgabe hat.

---

[1]) „Farbenztg.", Nr. 30, v. 24. 4. 09, S. 1125.

[2]) Als weitere Proben solcher vorurteilsvollen Eräußerungen über den Handelsagenten in der Presse s. den Artikel in der „Schles. Ztg." v. 3. 3. 09: „Vom Berufe des Provisionsreisenden," sowie die Mitteilungen in Nr. 34 des „Waren-Agent" v. 25. 8. 07, S. 265ff. (über österreichische Verhältnisse) und in Nr. 10 v. 7. 3. 09, S. 73ff.

[3]) Anhang, Tabelle VIII.

[4]) Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, Bd. XXI, 1905, S. 440.

Siebenter Abschnitt.

Umfang des Agenturgewerbes.

Um zu einer wirklichen Klarheit der volkswirtschaftlichen und insbesondere der sozialen Bedeutung des Handelsagentenstandes zu gelangen, bedürfte es einer genauen Einsicht in das materielle Fundament, in die zahlenmäßige Ausdehnung dieses Standes. Ohne den Versuch einer solchen Feststellung müssen alle weiteren Ausführungen naturgemäß etwas Schattenhaftes behalten. Diese Grundlage zu geben, erscheint aber leider vollständig unmöglich. Die Reichsstatistik läßt den, der sie nach dieser Richtung hin befragt, durchaus im Stich. Wenn nun im folgenden faute de mieux doch einige Zahlen aus der amtlichen Statistik beigebracht werden sollen, so gilt für alle diese der allgemeine Vorbehalt, daß sie — sehr wenig mit der zu lösenden Aufgabe zu tun haben. Sie geben kaum einmal einen Anhalt für die tatsächlich vorliegenden Verhältnisse; sondern sie können nur ganz von fern her eine leise Andeutung einiger Beziehungen erkennen lassen, die in der zahlenmäßigen Zusammensetzung des Handelsagentenberufes mitspielen mögen. Es ist diese ganze Betrachtung daher nicht höher zu bewerten als ein Versuch, eben zu nehmen, was aus der Reichsstatistik irgendwie für diesen Zweck herauszuholen ist.

Der Handelsagent, wie er hier behandelt wird, bildet keine eigene „Berufsart“ im Sinne der amtlichen Berufszählungen. Er fällt unter die Kategorie „Handelsvermittelung“, die

in der Berufsstatistik von 1907 mit C 6,
„ „ „ „ 1895 „ C 7,
„ „ „ „ 1882 „ C 6

bezeichnet ist und in allen drei Zähljahren keine weitere Unterteilung erfahren hat. Diese Berufsart wird nach der Statistik von 1907

und mit unerheblichen Veränderungen auch in den beiden anderen Aufnahmen begrenzt durch die Berufsbezeichnungen:

„Makler (ausgenommen Schiffs- und Assekuranzmakler),
Kommissionäre,
Agenten (ausgenommen Schiffs- und Versicherungsagenten)".

Also wird der Handelsagent, zusammengeworfen mit den ihm am nächsten stehenden Berufen, statistisch behandelt. Obwohl damit schon alle Schärfe in der Betrachtung der besonderen Verhältnisse der Handelsagenten verloren gehen muß, so ginge dies noch an. Denn man könnte, wenn man über einige statistische Waghalsigkeit verfügt, mit der Präsumtion arbeiten, daß die Entwicklung des Handelsagentenberufes mit der der beiden tatsächlich und begrifflich ihm nahestehenden Berufe in irgend einer Annäherung gleichförmig erfolgt ist. Wenn so auch die Zahlen der Statistik nichts Tatsächliches mehr über den Handelsagenten zu einem der drei Zählzeitpunkte selbst beibringen, so wäre wenigstens ein, wenn auch ganz roher Vergleich möglich, und es könnte doch die Tendenz der Entwicklung aus dem Nebeneinanderstellen entsprechender Ziffernreihen der drei Zählungen abgelesen werden. Aber nun hat ja in Wirklichkeit die Entwicklung zwischen diesen drei Berufen starke Verschiebungen mit sich gebracht, über die leider nur der zahlenmäßige Anhalt fehlt. Dies ist umsomehr beachtlich, als die drei Geschäftsformen Agentur, Kommission, Makelei vielfach in Konkurrenz zueinander getreten sind, über deren Ergebnis nur ganz rohe Schlüsse auf Grund von Einzelbeobachtungen möglich sind. Der Erfolg des Agenturgeschäfts darf dabei wohl als feststehend in Anspruch genommen werden. Wahrscheinlich hat sich danach das Kommissionsgeschäft mehr ausgebildet als das Maklergewerbe, beide aber mit Sicherheit erheblich weniger als das Agenturgeschäft [1]). Seitdem ist aber diese Entwicklung noch weiter fortgeschritten.

Man könnte dann aber immerhin erwarten, daß der Vergleich entsprechender Zahlenwerte aus den drei Zählungen zum mindesten noch geeignet wäre, für das Agenturgewerbe das Minimum der Entwicklung zum Ausdruck zu bringen. Das wäre doch auch schon etwas Wesentliches. Aber alle diese Überlegungen erscheinen völlig hoffnungs- und aussichtslos, wenn man

---

[1]) Entwurf eines Handelsgesetzbuchs nebst Denkschrift. Amtl. Ausg., Bln. 1896, S. 68; s. auch oben S. 71.

aufschlägt, was alles in dieser Berufsart „Handelsvermittelung“ noch außer den angegebenen drei grundlegenden Kategorien untergebracht ist. So zählte die „Systematische Berufsliste“ der Zählung von 1907 eine Reihe von Berufen auf, die in die drei angegebenen ganz offenbar garnicht hineingehören und deren Beziehungen zu dem übergeordneten Begriff „Handelsvermittelung“ in keiner Weise mehr zu erkennen sind. Als markante Beispiele solcher Art sind da zu lesen:

> Altträger, Güterausschlächter, Güterprokureure, Holzschlagunternehmer, Kohlenversandgeschäfte, Patentinhaber, Terrainaktiengesellschaften, Vizewirte, Wohnungskommissionäre, Zwischenhändler.

In den früheren Zählungslisten war es z. T. noch ärger. Z. B. finden wir 1882 und selbst 1895 noch die Patentanwälte hier einrangiert, 1907 nur noch die „Patentagenten“.

Das alles unter den weiten Begriff der „Handelsvermittelung“ zusammengefaßt, charakterisiert diese Berufsart als eine reine statistische Verlegenheitskategorie, in der eben alles Platz gefunden hat, was sonst nirgends untergebracht werden konnte. So hört nicht bloß die Vergleichbarkeit der drei Zählungsergebnisse für das Agenturgewerbe auf, sondern auch jede Bedeutung der absoluten Zahlen für die Gesamtheit der vereinigten drei verwandten Kategorien. Es scheint überhaupt nicht mehr erkennbar, welche konkrete Bedeutung und für wen eine solche Bedeutung diese Zahlenzusammenstellungen noch haben könnten.

Dann ist speziell für das Agenturgewerbe noch darauf aufmerksam zu machen, daß der besondere Begriff des Handelsagenten, von dem hier ausgegangen worden ist, d. h. in der Hauptsache der des Warenagenten, nun noch wieder weit enger ist, als der des „Handlungsagenten“ nach § 84 H.G.B. An diesen hält sich auch die Statistik nicht, indem sie z. B. Versicherungsagenten unter C 6 ausschließt, während sie — soweit sie selbständige Kaufleute sind — gesetzlich unter den Begriff des „Handlungsagenten“ fallen. Für unsere Zwecke, die Betrachtung des Warenagenten, ist aber diese Sonderung vorteilhaft, denn mit dem Versicherungsagenten wäre eine neue weithin wirkende Fehlerquelle in die Statistik hineingekommen, insbesondere da das für die Einordnung dieser Berufskategorie besonders maßgebende Moment der Selbständigkeit in jedem Einzelfalle so genau von den Zählbehörden doch nicht zu prüfen ist. Dagegen sind natürlich die sonstigen, unter dem gesetz-

lichen Begriff des „Handlungsagenten“ z. T. mitzusammengefaßten Kategorien [1]) zumeist in der Statistik enthalten, wie:

Inseratenagenten,
Börsenremisiers,
Auswanderungsagenten,
Transportagenten (mit Ausnahme der Schiffsagenten)

und einige ähnliche Kategorien, die hier nicht weiter interessieren.

Doch wäre es auch mit dieser übermäßigen Ausweitung der Statistik noch erträglich. Daß der Handelsagent in dem hier behandelten Sinne nicht als eine eigene Berufsart von der Statistik erfaßt wird, müßte er schließlich mit vielen anderen Spezialberufen sich gefallen lassen, denn irgendwo muß doch die Spezialisierung bei jeder Statistik einmal eine Grenze haben. Es wäre dann eben zu sagen, der Rahmen, den die Statistik aufstellt, sei zu groß; wolle man dennoch die Zahlen für eine Beurteilung der Verhältnisse des Handelsagentenstandes irgendwie verwenden, so müsse man sie sich in irgend einem allerdings nicht näher angebbaren Maßstabe verkleinert denken. Sie bilden dann für jedes Zählungsjahr immer noch so etwas wie ein statistisches Maximum, innerhalb dessen sich die für den Handelsagentenstand wirklich geltenden Zahlengrößen bewegen. Aber auch diese Überlegung versagt, denn nun kommt als eine neue Schwierigkeit hinzu, daß die durch die Statistik dargebotenen Zahlengrößen auch in der anderen Richtung von der Wirklichkeit abweichen können. Sie können nämlich, als zahlenmäßige Grundlage für den Handelsagentenberuf angenommen, auch viel zu klein sein. Denn es tritt nun noch der Begriffswirrwarr über den Agentennamen hier hinzu, und die beiden verwandten Berufe leiden ja ein wenig auch unter ähnlichen Schwierigkeiten. Wieviel Handelsagenten mögen vielleicht noch immer unter die Handelsangestellten irgend einer Warenbranche geraten, also garnicht unter C 6, „Handelsvermittelung“, gezählt sein? Das wird allerdings aufhören, wo das sich entwickelnde Standesbewußtsein des Handelsagenten es bereits durchgesetzt hat, daß er ohne jeden Zweifel als selbständiger Kaufmann angesehen und auch demgemäß gezählt wird. Da lauert nun aber die gleiche statistische Gefahr noch einmal. Gerade, wo die Handelsagenten als selbständige Kaufleute gelten, wird es vorkommen, daß sie in vielen Fällen a fortiori unbewußt oder vielleicht auch manchmal bewußt als Mitglieder, eben als selbständige Kaufleute der betreffenden Warenbranche, „ihrer

[1]) vgl. S. 6.

Branche", aufgeführt werden. Manchmal mag auch die faktische Unterscheidung zwischen Warengeschäft und Agenturbetrieb, namentlich beim Durcheinandergehen beider Formen, wenn z. T. für eigene Rechnung, z. T. nicht verkauft wird, so leicht nicht sein. Für die ältere Zeit kommt in dieser Beziehung dann noch die damals viel größere Unsicherheit und das beständige Schwanken über die Ausdehnung des Agentenbegriffs als damals noch stärker wirkende Fehlerquelle hinzu. Sind doch die beiden ersten Berufszählungen vor dem Inkrafttreten des neuen Handelsgesetzbuches ausgeführt worden, also unter Rechtsanschauungen, die z. T. überhaupt die Existenz eines Berufsstandes der Handelsagenten leugneten. Es ist ja aber auch jetzt noch nicht so weit, daß alle Handelsagenten sich zuerst als solche fühlen, und daß dann erst die Spezialisierung nach den einzelnen Warenbranchen im Bewußtsein vorgenommen wird. Es ist ja ferner etwas mit der kleinen Eitelkeit zu rechnen, daß mancher Handelsagent auch mit vollem Bewußtsein, um sich vielleicht nach seiner Meinung ein besseres Relief zu geben, sich lieber als Warenkaufmann bezeichnen mag, ja nicht ganz ohne Recht, aber eben mit der hier erörterten Folge einer Mißhandlung der Statistik. Allerdings hat die Berufsorganisation der Handelsagenten, der „Centralverband Deutscher Handelsagenten-Vereine", sich im Jahre 1907 bemüht, durch Aufrufe an sämtliche Berufsgenossen [1]), die in etwa 180 Zeitungen gebracht wurden, auf eine richtige Eintragung hinzuwirken, ebenso wie er auch beständig bemüht ist, eine richtige Einordnung der Handelsagenten in die Adreßbücher der einzelnen Städte durchzusetzen, was auch die Erkenntnis unter den Handelsagenten verbreiten hilft, welchem Zweige des Handels sie eigentlich zugehören. Aber über die tatsächliche Wirkung dieser Bestrebungen ist ja mit Sicherheit nichts festzustellen. Eine Entwicklung nach dem gewünschten Erfolge hin mag wohl da sein, aber sie nützt für den hier beabsichtigten Zweck wenig; denn wenn damit auch die Berufsstatistik im ganzen besser geworden ist, so ist es noch immer keine Statistik des Agentenberufes. Wenn ferner auch der Prozentsatz der Handelsagenten, die an eine falsche Stelle in der Statistik geraten, von einer Zählung zur anderen infolge dieser Maßnahmen und der allgemeinen Ausbildung des Standesgefühls zweifellos sinkt, so stört das gerade wieder den hier vornehmlich in Betracht kommenden Zweck, nämlich die Mög-

[1]) s. „Der Waren-Agent", Nr. 23, S. 177 u. 178.

lichkeit einer zeitlichen Vergleichbarkeit der Ziffern aus den verschiedenen Zählungen. So wirkt die statistische Verbesserung hier wie auch sonst z. T. geradezu hinderlich für die speziell ins Auge gefaßte Verwendung der Statistik. — Auch die zwischen den einzelnen Zählungen vorhandenen, obzwar geringfügigen Verschiebungen der statistischen Grundlagen spielen in die hier behandelten Berufe hinein, so z. B. die 1907 erfolgte Verweisung von „Exportgeschäften und Importgeschäften" aus der Berufsart „Spedition und Kommission", in der sie 1882 und noch 1895 gezählt wurden, in die „Handelsvermittelung". Es ist ziemlich gewiß, daß hieran Export- und Importagenten beteiligt sind.

Die Hauptfrage bliebe sonach, um zu einem irgendwie brauchbaren Resultate zu kommen, ob die Fälle zahlreicher sind, in denen namentlich früher die Handelsagenten noch als Handlungsgehilfen aufgefaßt worden sind und deshalb aus der Berufsart „Handelsvermittelung" herausfallen, oder die, in denen sie, wie nunmehr häufiger, als selbständige Kaufleute der betreffenden Warenbranche gezählt und deshalb wiederum aus der „Handelsvermittelung" ausgeschieden werden.

Über die Stellung im Beruf unterscheidet die Statistik [1]):

a) Selbständige, auch leitende Beamte und sonstige Geschäftsleiter — und zwar macht die Berufsstatistik von 1907 eine weitere Einteilung, die beim Handel folgende Unterscheidungen trifft:
   a 1: Eigentümer und Miteigentümer,
   a 2: Pächter,
   a 3: sonstige Geschäfts- und Betriebsleiter;
b) nicht-leitende Beamte, überhaupt das wissenschaftlich, technisch oder kaufmännisch gebildete Verwaltungs- und Aufsichts-, sowie das Rechnungs- und Bureaupersonal;
c) sonstige Gehilfen, Lehrlinge, Arbeiter, einschließlich der im Gewerbe tätigen Familienangehörigen und Dienenden.

Die Handlungsgehilfen gehören danach in die Stellung b; die z. B. fälschlich als Handlungsgehilfen gezählten Handelsagenten sind also unter einer Warenbranche, 1907 unter den 186 091 b-Personen der Berufsart C 1, „Waren- und Produktenhandel in stehen-

---

[1]) Statistik des Deutschen Reichs, Bd. 202, Abt. I, S. 37* (Drucksache Nr. VIIIa der „Anordnungen" zur Berufsstatistik).

dem Geschäftsbetrieb", gezählt, während die als selbständige Kaufleute in eine Warenbranche geratenen Agenten unter den 557 270 Personen der Stellung a von C 1 sich befinden. Wieviel von beiden Gruppen aus C 1 auszuscheiden und als Handelsagenten zu C 6 zu zählen wären, läßt sich bei diesen Zahlgrößen garnicht sagen. Jedenfalls sollte man aber die wirklich als Handelsagenten oder schlechtweg Agenten bezeichneten Personen unter C 6 in der Berufsstellung a, und zwar speziell in a 1 vermuten.

Zu einer Art statistischer Verzweiflung kann sich aber die Betrachtung der Sachlage zuspitzen, und jede Bemühung mit dieser Statistik für die Zwecke des Agenturgewerbes erscheint illusorisch, wenn man in den „Erläuterungen" liest, die zur Berufsstatistik 1907 „für die Aufstellung des Tabellenwerks" [1]) hinzugefügt worden sind:

> „Agenten, Vertreter und sonstige Handelsvermittler, die ein gewerbliches Betriebspapier ausgestellt haben, werden mit a 1 ausgezeichnet, wenn ihr Betrieb keinem anderen Unternehmen organisatorisch untergeordnet ist, z. B. Grundstücksagenten, Theateragenten, Viehkommissionäre, Börsenmakler. Andere Agenten usw., die ein Betriebspapier ausstellten, sind a3-Personen, z. B. die Versicherungsagenten. Die meisten Warenagenten, Vertreter, die keinem Betriebe vorstehen, also ein Betriebspapier nicht ausgestellt haben, sind b-Personen" [2]).

Damit sind die Begriffe, die hier maßgebend waren, auf den Kopf gestellt: Für die Warenagenten gilt nicht der Begriff der rechtlichen Selbständigkeit, der doch allein feste Unterscheidungslinien ziehen kann, sondern der sehr vage der „organisatorischen" Selbständigkeit. Selbst die Ausstellung des „Gewerbeformulars" der Betriebszählung, oder sogar des „Gewerbebogens" — denn es gibt zahlreiche Agenturgeschäfte mit mehr als drei Angestellten — sichert dem Handelsagenten nicht die richtige Stelle in der Statistik. Er kann höchstens unter a 3 gezählt werden, also unter die „sonstigen Geschäfts- und Betriebsleiter", zu Personen, mit denen er ganz offenbar nicht das geringste zu tun hat. Das einzelne Agenturgeschäft wird im Sinne der obigen Ausführungen als ein eigener „Betrieb" nicht anerkannt. Die Unterscheidung der „organisatorischen" Angliederung an einen anderen Betrieb nimmt

---

[1]) Statistik des Deutschen Reichs, Bd. 202, Abt. 1, S. 32*ff.

[2]) a. a. O., S. 33*.

sich ja wie eine besonders statistische Feinheit aus; nur paßt sie nicht auf den Agenturbetrieb, der eben über diese Grenze der organisatorischen Unterordnung hinaus gewachsen ist. Er hat sogar zuerst diese Stufe der organisatorischen Abhängigkeit überwunden und dann, auf Grund dieser Tatsache, die rechtliche Selbständigkeit erworben. So ist es im Grunde die alte, bekannte Auffassung der Unselbständigkeit des Handelsagenten, die hier in der Statistik ihren hoffentlich letzten Triumph feiert.

Und nun erst als der klassische Ausdruck dieser falschen Auffassungsweise: die „meisten" Warenagenten sollen unter die b-Personen gezählt sein! Da müßte man auf den Gedanken kommen: Wenn schon die Zählbehörden mit solcher falschen Voraussetzung arbeiten, dann dürfte das entscheidende „Gewerbeformular" an die Handelsagenten nicht zu oft zur Ausgabe gelangt sein. Dabei müßte auch das schon so in der Bevölkerung vorhandene Streben, sich der ganzen statistischen Schererei zu entziehen — der Handelsagent hat seine Tätigkeit zu einem großen Teile außer dem Hause! — einem falschen Ergebnis geradezu in die Hände arbeiten.

Mit diesen ausdrücklich als „im Laufe der Aufbereitung vereinbart und hinzugefügt" bezeichneten „Grundsätzen" [1]) wäre die Statistik für die vorliegenden Zwecke gänzlich unbrauchbar, wenn sie nun wirklich — befolgt worden wären. Damit aber scheint es wieder ganz anders zu stehen. Es findet sich z. B. in der „Systematischen Berufsliste" die Kategorie „Provisionsreisender (Agent)" ausdrücklich als a 1 bezeichnet, wogegen z. B. ein „Publikationsreisender (Gehilfe)" zutreffend als b-Person klassifiziert wird [2]). Die „Provisionsreisenden" mit der ausdrücklichen Erläuterung als „Agenten" — wer soll das anders sein als der gewöhnliche Fall der „Warenagenten"? Sind sie nun doch wieder als a 1 gezählt? Oder wie sonst?

Ebenso kommt man, wenn man sich die Ergebnisse der Berufsstatistik näher ansieht, zu dem Schlusse, daß es mit der Durchführung jener „Erläuterungen" irgendwie gehapert haben muß. Es gibt in der

---

[1]) a. a. O., S. 32* Anm.

[2]) a. a. O., S. 110*.

„Handelsvermittelung“

		Erwerbstätige im Hauptberufe (männl. u. weibl.):	überhaupt den Beruf (als Haupt- und Nebenberuf ausübende Personen:
in der Berufsstellung	a 1:	33 280	41 405
	a 2:	18	21
	a 3:	9 155	11 852
	b:	10 154	10 421
	c:	3 278	4 229
Sa.:		55 885	67 928.

Daß hierbei in der Berufsstellung b die „meisten“ Warenagenten enthalten sein sollen, erscheint auf den ersten Blick unmöglich. Um solch eine geringe Zahl von einigen 10 000 Agenten zusammenzubekommen, braucht man nur ein paar der größeren Städte zusammenzunehmen [1]). Und nun müßten noch die wirklichen „b-Personen“, die Angestellten nicht nur der Agentur-, sondern auch namentlich der Kommissionsgeschäfte und aller der übrigen unter C 6 eingeordneten Geschäftsarten, darin enthalten sein. Da läßt sich der Schluß nicht abweisen: Die Statistik dürfte richtiger sein, als sie eigentlich gemeint ist. Die wirklichen Handelsagenten dürften hauptsächlich doch unter a 1 anzutreffen sein! Die oben wiedergegebenen Zahlen in der Berufsstellung a 1 sehen für die Annahme dieser Möglichkeit auch viel vertrauenerweckender aus.

Sie geschähe auch nur mit Recht. Der Handelsagent ist selbständiger Kaufmann, sein Unternehmen ist in der Regel Individualunternehmung. Soweit Agenturunternehmungen in Gesellschaftsform vorkommen, ist es die der offenen Handelsgesellschaft [2]). Kollektive Formen, wie die der G. m. b. H. oder der Genossenschaften, sind, wenn sie vorhanden sein sollten, so vereinzelt, daß sie billig vernachlässigt werden können. Noch höhere Formen, wie die Aktiengesellschaft, sind wohl ausgeschlossen. Deshalb kommt für eigentliche Handelsagenten nur die Berufsstellung der Geschäftsinhaber und Mitinhaber, die in der Statistik von 1907 mit a 1 bezeichnet sind, in Frage. Die Fälle a 3, die der „sonstigen

[1]) Anhg., Tab. V.
[2]) § 105 ff. H.G.B.

Geschäfts- und Betriebsleiter", die für die kollektiven Unternehmungsformen Bedeutung haben, kommen nicht in Betracht. Dagegen sind alle diese kollektiven Unternehmungsformen im Kommissionsgeschäft, in der Auswanderungsagentur und in den anderen Zweigen der für die statistische Zwecke gebildeten Berufsart „Handelsvermittelung" schon eher möglich. Es wird aber jedenfalls kein Handelsagent aus der Zahl dieser „Handelsvermittler" ausgeschieden, wenn die Unterabteilung a 3 — trotz der obigen amtlichen „Erläuterungen" zu der Statistik — einfach aus den weiteren Betrachtungen herausgelassen wird. —

Ebenso dürfte mit der Unterabteilung a 2, der der „Pächter", zu verfahren sein. Das Agenturgeschäft erfordert einen so auf die Persönlichkeit des Inhabers zugespitzten Betrieb, hat so wenig den Charakter einer Rentenquelle, daß es in der Regel gar nicht zu vermieten oder zu verpachten ist. — Es bleibt also für die Handelsagenten und für den vorliegenden Zweck bei der mit a 1 bezeichneten Berufsstellung. Soweit die Reichsstatistik die Unterscheidung durchführt, soll im nachstehenden nur auf diese Berufsstellung Bezug genommen werden. Das tut aber nur die Berufszählung von 1907, und man weiß nicht einmal, ob man es nach der oben erläuterten Methodik der Zählung in diesem Punkte zu begrüßen hat. Zur Ermöglichung eines Vergleichsversuchs müssen auch die Zahlen der ungeteilten Berufsstellung a für alle 3 Zählungsjahre angegeben werden.

Wenn man nach allen diesen Einschränkungen, die von der Statistik für die „Handelsvermittelung" beigebrachten Zahlen für die Verhältnisse des Agenturgewerbes nutzbar zu machen noch den Mut aufbringt, so wird es schließlich eine Sache des Gefühls bleiben, ob man dann die Zählergebnisse wegen des für diesen Zweck zu groß genommenen Zählobjektes als zu groß oder wegen der erwähnten so sehr zu befürchtenden Mängel bei der Zählung selbst als zu klein auffassen will. Die Möglichkeit der ersteren Annahme scheint doch zu überwiegen. Die Wirkung des zu groß gefaßten Umfanges der Zählungsabsicht wird stärker sein, und andererseits mag es zur Ehre der Handelsagenten, einer doch im allgemeinen verhältnismäßig hochstehenden Berufsschicht eine immerhin annähernde Richtigkeit der Eintragungen auch bei dieser nicht gerade zu besonderem Eifer anspornenden Zählmethode vorausgesetzt werden dürfen. Die Zahlen der Berufszählungen werden also zunächst als zu groß erscheinen.

Die Unterteilung, die die Berufsstatistik 1907 an der Berufsstellung a vornimmt, kann, wie soeben erläutert, als Reduktionsmittel für diese zu großen Zahlen dienen; es wird damit nur ausgeschieden, was nicht Handelsagent in dem hier angenommenen Sinne ist. Ferner kann uns dazu dienen die Spezialisierung, die die Berufsstatistik bei allen 3 Zählungen nach dem Geschlecht aufweist. Der Handelsagentenberuf ist ein männlicher Beruf. Er ist so ausgeprägt männlich, daß sogar die Fälle der Selbständigkeit weiblicher Personen, die in anderen Gewerbszweigen die ausschlaggebende Hauptrolle spielen, nämlich die Fortführung des Geschäftes durch die Witwe des Inhabers oder die etwa durch Vererbung an Töchter oder an andere weibliche Familienglieder erfolgende, wenigstens nominelle Geschäftsübernahme seitens weiblicher Personen, hier nur selten vorkommen, nämlich fast nur als Provisorien, als Übergangsstadien. Dafür ist eben das Agenturgeschäft zu sehr mit der Person des es wirklich Betreibenden verwachsen. Was den Hinterbliebenen eines Handelsagenten von dem Geschäftsbetrieb übrig bleiben kann, ist meist nur ein zeitlicher, unter dem moralischen Druck der Berufsvereine, — ihrer sog. „Fürsorge"-Kommissionen — und dem Entgegenkommen der vertretenen Häuser zustande kommender Anteil an den Provisionen des die Agenturverträge übernehmenden neuen Handelsagenten. Das Geschäft selbst ist in seiner bisherigen Form mit dem Tode des Inhabers zumeist beendigt [1]). Der Betrieb ist auch an sich für weibliche Personen wenig geeignet. Dafür ist die Anspannung dieses Berufslebens zu groß. Es wird also eine Berichtigung der amtlichen Zählung für den vorliegenden Zweck darstellen, wenn die in der „Handelsvermittelung" gezählten weiblichen Personen hier außer acht gelassen werden, mag auch diese Berichtigung, wie aus folgendem hervorgeht, wegen des an sich geringen Anteils der weiblichen Personen nicht gerade erheblich ausfallen.

Wie wenig die in dieser Berufsart gezählten weiblichen Erwerbstätigen zu den Handelsagenten gehören können, ist z. B. daraus ersichtlich, daß 1907 in der „Handelsvermittelung"

in der Altersstufe	18—20	Jahre:	32	weibliche	und	64	männliche
„ „ „	20—25	„	124	„	„	684	„
„ „ „	25—30	„	160	„	„	2 818	„

Selbständige,

[1]) s. S. 58.

während in den höheren Altersstufen

30—40 Jahre:	421	weibliche	und	10 374	männliche	
40—50 „	348	„	„	11 376	„	
50—60 „	316	„	„	9 022	„	
60—70 „	165	„	„	5 005	„	
70 „ und darüber:	38	„	„	1 445	„	

Selbständige

vorhanden waren. — In der Berufsabteilung „Handel und Verkehr" ist ja ebenfalls der Anteil gerade der jugendlichen weiblichen Selbständigen unverhältnismäßig groß:

in der Altersstufe	18—20 Jahre:	1 284	weibl.	u.	1 387	männl.
„ „ „	20—25 „	6 809	„	„	14 565	„
„ „ „	25—30 „	13 020	„	„	67 391	„ ;

dafür bleibt aber dies Verhältnis auch fernerhin in gewissem Umfange bestehen:

in der Altersstufe	30—40 Jahre:	46 446	weibl.	u.	225 458	männl.
„ „ „	40—50 „	63 348	„	„	215 910	„
„ „ „	50—60 „	63 000	„	„	148 196	„
„ „ „	60—70 „	39 367	„	„	72 122	„
„ „ „	70 „ und darüber	12 673	„	„	19 593	„ .

Der Anteil der weiblichen Personen in der „Handelsvermittelung" sinkt also ganz unverhältnismäßig gerade in den höheren Altersstufen, in denen diese Berufsart sonst, wie noch zu erörtern sein wird, im Zunehmen begriffen ist[1]). Außerdem läuft dies Verhältnis, wie zuletzt erläutert, der allgemeinen Erscheinung in „Handel und Verkehr" zuwider. Somit charakterisieren sich die vereinzelten weiblichen Personen der „Handelsvermittelung" als singuläre, nicht-typische wirtschaftliche Erscheinungen. Aus allgemeiner Kenntnis kann hinzugefügt werden, daß sie Handelsagenten wahrscheinlich nicht sind. So ist es berechtigt, sie zu vernachlässigen.

Auf Grund dieser Reduktionsversuche sind die Tabellen I und II des Anhangs[2]) aufgestellt.

Wie groß ist danach, um nun schließlich zu irgend einem Resultat zu kommen, die Zahl der wirklichen Handels-

[1]) s. S. 96ff., sowie Anhg., Tab. VI, S. 114. [2]) S. 111.

agenten zu beziffern? Es können dafür zunächst natürlich nur die Hauptberufsfälle „ohne Nebenberuf“ in Betracht kommen[1]). Eine bestimmte Zahlenangabe läßt sich nach allem nicht machen. Es ist nur festzustellen, in welcher Größenklasse diese Zahl sich ungefähr bewegen wird. Nach der Zahl der Selbständigen für 1907 in der Berufsstellung a 1 dürfen wir unter Abwägung aller widerstreitenden Momente, sowie unter Heranziehung der aus praktischer Beobachtung dieser Verhältnisse modifizierend hinzutretenden Überlegungen schätzungsweise z. Zt. wohl

mindestens 30 000 Handelsagenten
im Deutschen Reich

annehmen. 1882 mögen es noch nicht ganz 20 000 gewesen sein.

Natürlich ist es in keiner Weise statistisch zulässig, diese Zahlen irgendwie in einen Vergleich zu stellen mit Zahlengrößen, etwa wie die, mit denen die Angestellten-Organisationen paradieren. Es handelt sich hier um selbständige Kaufleute. Immerhin ist das durch obige Zahlen gemessene soziale Gewicht einer Berufsschicht kein geringes.

Die Fälle, in denen „Handelsvermittelung“ als Hauptberuf mit einem anderen Nebenberuf auftritt, dürften nur seltener Handelsagenten betreffen. Es geschieht, daß der Handelsagent z. T. auf eigene Rechnung kauft und verkauft, also dann im Nebenberuf Eigenhändler in seiner Warenbranche ist; aber es erscheint zweifelhaft, ob die Statistik fein genug durchgebildet ist, um die hierher gehörenden Fälle korrekt zu erfassen; wahrscheinlich ist es, daß ein solcher Handelsagent dann überhaupt schon als Warenkaufmann, also unter der Berufsart C 1 erscheint. Es kommt auch vor, daß z. B. Zigarrenagenten, meist außerhalb ihres Agenturbezirks, ein offenes Ladengeschäft betreiben oder etwa durch die Ehefrau betreiben lassen. Aber in der Regel verbietet sich ein solcher Geschäftsbetrieb „nebenbei“ aus inneren Gründen der ganzen Agenturtätigkeit von selbst. Nebenberufe in anderen Branchen oder Gewerben sind auch so ziemlich ausgeschlossen. Das Agenturgeschäft erfordert immer einen ganzen Mann, wie aus allen in den vorhergehenden Abschnitten erörterten Beziehungen unmittelbar deutlich wird. Insbesondere dürfte der

[1]) a. a. O., Tab. I, Sp. 1.

Nebenberuf „Landwirtschaft“ seinem ganzen Wesen nach sich nur schwer mit dem Agenturgewerbe vertragen [1]).

Dagegen verdient mehr Beachtung der umgekehrte Fall: Das Agenturgeschäft als Nebenberuf neben einem andersartigen Hauptberuf [2]). Hier kann, wie bei Gelegenheit der „sozialen Zusammensetzung des Agenturgewerbes“ schon berührt, der Fall von Handelsagententätigkeit gerade z. B. neben landwirtschaftlicher Haupttätigkeit eine Rolle spielen [3]). Es sind das dann alles Fälle sich entwickelnden eigentlichen Handelsagentenberufes, wobei es dahingestellt sein mag, ob im Einzelfalle die Entwicklung zum Abschluß kommt oder stehen bleibt. Allerdings können diese Nebenberufsfälle erst in zweiter Linie interessieren, denn es ist doch ein Unterschied von fundamentaler sozialer Bedeutung, ob die wirtschaftliche Existenz eines Menschen auf den Provisionserwerb gestellt ist, oder ob er einen wirtschaftlichen Rückhalt an irgend einem anderen Berufe hat. Immerhin dürfen die Spalten 4 bis 6 in Tabelle I einiges Interesse beanspruchen. Danach wäre zu konstatieren, daß z. Zt. wohl

annähernd **40 000** überhaupt mit der Handelsagentur beschäftigte selbständige Personen im Deutschen Reich

vorhanden sein mögen, gegen einige 20 bis 30 000 in den 80er und 90er Jahren.

Über die Entwicklung des Handelsvermittlungsberufes besonders im Vergleich zu anderen Gewerbszweigen auf Grund der Tabelle II ist schon an anderer Stelle bei der Betrachtung des „Zustromes“ durch die „offene Tür“ des Agentenberufes [4]) das Nötige gesagt worden. Es darf nur noch einmal mit einer gewissen Befriedigung hervorgehoben werden, wie glücklich der Gedanke der wirtschaftlichen Selbständigkeit in diesem Berufe noch eine Zufluchtsstätte gefunden hat: Eine Zunahme 1895—1907 von 17,6% gegenüber nur 0,29% im gesamten Gewerbe, 1882—1907 „ 56,5% „ „ 7,6% „ „ „ .

Der Anteil der „Handelsvermittelung“ an den Selbständigen im Handelsgewerbe bewegt sich um rund 5 %, an den Selbständigen im gesamten Gewerbe (Landwirtschaft, Industrie, Handel und Verkehr) um rund 5 ‰ herum, in beiden Ziffern aber stark steigend.

---

[1]) Anhg., Tab. I, Sp. 2, 3 u. 7. [2]) ebenda, Sp. 4, 5 u. 6.
[3]) S. 69. [4]) s. 6. Abschnitt, S. 74/75.

Die Verwendung der Ergebnisse der Betriebszählung für eine Übersicht über das Agenturgewerbe leidet unter den gleichen Schwierigkeiten, wie sie bei den Zahlen der Berufszählung ausführlich dargestellt worden sind. Der Umfang der Gewerbeklasse XIX e, „Handelsvermittelung", ist mit dem der ihr entsprechenden Berufsart C 6 identisch. Es sind hier analog eine große Zahl gewerblicher Betriebe eingefügt, deren Unterbringung an dieser Stelle z. T. schwer verständlich erscheint. Für die sich ergebenden Ziffern, die natürlich wegen der hier gezählten, für das Agenturgeschäft aber nicht in Betracht kommenden Filialbetriebsfälle und ebenso wegen der Zahl solcher Betriebe, die sich der gesellschaftlichen Unternehmungsform bedienen — worüber oben in bezug auf das Agenturgewerbe bereits das Notwendige gesagt ist — erst recht als zu groß für die Anzahl der Agenturbetriebe angesehen werden müssen, sind Reduktionsmaßstäbe nicht vorhanden und nicht zu ermitteln. Im Agenturgewerbe müßte an sich aus dem schon vielfach erörterten Grunde des individuellen Charakters dieses Handelszweiges die Zahl der Betriebe und die Zahl der Berufsfälle der selbständigen Eigentümer annähernd übereinstimmen. Immerhin dürfte die Aussonderung der „Alleinbetriebe" — nach den Grundsätzen der Betriebszählung: Betriebe von ohne Mitinhaber und ohne Gehilfen (auch ohne Motoren) arbeitenden Selbständigen — und im besonderen auch derjenigen „ohne Teilbetriebe"[1]), die beide die Betriebszählung von 1907 ermöglicht, von einiger Wichtigkeit für das Agenturgewerbe sein. Denn es gibt ja in der Tat eine nicht kleine Zahl von Handelsagenten, die ohne eigentliche, in der Statistik enthaltene Hilfskräfte auskommt. Vielfach übernimmt die Ehefrau die Erledigung der dem Kontor obliegenden Arbeiten — ein sehr häufig vorkommender Fall — oft auch ein anderes Familienmitglied mit weiteren Hilfskräften oder ohne solche. Bisweilen sind so mehrere Familienmitglieder im Betriebe des Handelsagenten beschäftigt, von denen die Statistik nichts weiß, da sie schwerlich an irgend einer Stelle in der Betriebs- oder Berufsstatistik vorhanden sein dürften. Es ist ja menschlich begreiflich, daß solche Tatsachen aus Gründen des sozialen Prestiges nicht zum Ausdruck gebracht werden. So zählt

[1]) „Teilbetriebe" liegen vor, „wenn verschiedene Gewerbe von demselben Unternehmer unter einheitlicher Leitung ausgeübt werden" — Bd. 213, Abt. I, S. 1 („Vorbemerkungen zu dem Tabellenwerke") — kommen also für das Agenturgewerbe schwerlich in Frage.

also die Betriebsstatistik „Alleinbetriebe", die in Wahrheit mit mehreren Personen betrieben werden, und unter diesen mögen gerade zahlreiche Agenturbetriebe vorkommen.

Mit diesen Vorbehalten ist die Tabelle III [1]) anzusehen. Versucht ist auch worden, hier die Gewerbezählung vom 1. 12. 1875 heranzuziehen [2]), und die bezüglichen Zahlen sind eingefügt worden. Ihre allzu große Abweichung von den Ergebnissen des Jahres 1882 ist wohl daraus zu erklären, daß „Agentur geschäfte" (wie auch die „Kommissions geschäfte") zu der 8012 Hauptbetriebe umfassenden Gewerbeklasse „Spedition und Kommission" gezählt wurden, während die „Agenten" (und „Kommissionäre"), also wohl in der Hauptsache die Alleinbetriebe von Handelsagenten, bei der „Handelsvermittelung" erschienen — eine Unterscheidung, die 1882 mit Recht aufgegeben ist [3]).

Die Zahlen erscheinen aus den angedeuteten Gründen gegenüber den Berufs fällen der Selbständigen vergrößert, bewegen sich dennoch in nicht allzu großer Abweichung von ihnen. Mit einer Fehlergröße von vielleicht 20 % in beiden Richtungen ist bei diesem ganzen Versuch der Einpassung dieser Zahlen in die Verhältnisse des Agenturgewerbes nun einmal zu rechnen. Wegen dieser relativen Vergrößerung der absoluten Zahlen, also wegen deren größerer Abweichungen von den Verhältnissen des Agenturgewerbes ist das ziffernmäßige Ansteigen in der zeitlichen Aufeinanderfolge der Zählungen nicht in der gleichen Weise ausgeprägt wie bei der Berufsstatistik.

Die Verteilung der aus der Berufsstatistik gewonnenen Zahlen nach Ortsgrößenklassen, Tabelle IV [4]), zeigt das Überwiegen der „Handelsvermittler" in den Großstädten, in den größeren Städten überhaupt und das relativ stärkere Anwachsen in diesen. Für das Agenturgewerbe im besonderen ist nichts Wesentliches aus diesen Zahlen herauszulesen. Die Tendenz der fortschreitenden geographischen Spezialisierung des Agenturgewerbes wird durch die Verschiebung der Bevölkerung zu sehr verwischt, kann sich deshalb in diesen Zahlen kaum ausdrücken, weil das Domizil des Handelsagenten immer doch ein größerer Platz sein

---

[1]) S. 112.

[2]) Statistik des Deutschen Reichs, Erste Reihe, Bd. 34.

[3]) Statistik des Deutschen Reichs, Neue Folge, Bd. 6, Einleitung, S. 114*/115*.

[4]) S. 112.

muß und immer mehr Orte in die höheren Ortsklassengrößen aufsteigen. Die 3 bis 5000 auf dem platten Lande — in Orten mit unter 2000 Einwohnern — vorhandenen Handelsvermittler im „Hauptberufe“ sind wohl nur teilweise reine Handelsagenten.

Daß der allgemein großstädtische Charakter dem Agenturgewerbe auch mit dessen fortschreitender Spezialisierung nicht genommen werden kann, ist unmittelbar einleuchtend. Zur Bekräftigung dürfte die in Tabelle V [1]) gegebene Darstellung der berufs- und betriebsstatistischen Verhältnisse der „Handelsvermittelung“ in den 8 größten Städten Deutschlands und gleichzeitig für die jedesmalige Zahl sämtlicher „Großstädte“ (solcher mit über 100 000 Einwohnern) einiges Interesse haben.

Hinzugefügt ist ferner ein Versuch, direkt die Zahl der Handelsagenten in diesen 8 Städten mit Hilfe privaten Materials zu ermitteln. Eine „Methode“ konnte bei dieser Bemühung nicht befolgt werden; es konnte sich nur um eine unsystematische, von Erfahrung und Beurteilung in jedem Einzelfalle geleitete, also von statistischen „Willkürlichkeiten“ nicht freie Zusammenstellung handeln, wie dies an der zugehörigen Stelle [2]) näher angegeben ist, Die Zahlen ergeben sich sämtlich als kleiner als die berufsstatistischen Ergebnisse für die „Handelsvermittler“. Das liegt z. T. gewiß an der Unvollständigkeit des sehr unzureichenden „Materials“; z. T. mag aber auch darin eine Bestätigung des bei der versuchten Schätzung der Gesamtzahl der Handelsagenten zustande gekommenen Resultats, d. h. eine Rechtfertigung der vorgenommenen Verkleinerung der statistischen Zahlen gefunden werden können. —

Die überragende Stellung Hamburgs als Agenturplatz wird jedenfalls durch alle Zahlen für diesen Ort deutlich gekennzeichnet. Die Bedeutung der Exportagenten und damit des Agenturgewerbes für die deutsche Exportindustrie überhaupt kommt in ihnen zum Ausdruck. „Es gibt wohl kaum noch eine bessere Firma, die z. B. in Hamburg nicht durch einen Agenten ständig vertreten wäre“ [3]).

Mit einem großen sozialen Vorurteil aufzuräumen, ist die Tabelle VI [4]) berufen. In fast allen Darstellungen über den Handelsagenten kehrt stereotyp wieder, es handele sich um „jüngere

---

[1]) S. 113. [2]) S. 113 Anm.

[3]) „Farbenztg.“, Nr. 31 v. 1. 5. 09, S. 1175.

[4]) S. 114.

Leute", so auch bei Schmoller[1]) und Sombart[2]). Die gegebene Aufstellung beweist klipp und klar das Gegenteil.

In der „Handelsvermittelung" nimmt die Zahl der Selbständigen mit höherem Alter weit mehr zu als im Handel überhaupt[3]), und ebenso mehr als in der Berufsabteilung „Handel und Verkehr"[4]). Die absoluten Zahlen sagen dasselbe: die unteren Altersstufen sind verhältnismäßig schwach, die höheren stärker besetzt, am stärksten die mittleren. Es gibt beinahe 10 mal soviel „Handelsvermittler" im Alter von 60 bis 70 Jahren als solche im Alter von 20 bis 25 Jahren. Zwischen 60 und 70 Jahren sind unter 100 selbständigen Kaufleuten 6,6 Handelsvermittler, zwischen 20 und 25 nur 4,2. Bei den Handelsagenten im besonderen verhält es sich — wie aus spezieller Kenntnis der Dinge nur bestätigt werden kann — nicht anders als bei den „Handelsvermittlern", denn z. B. das Durchschnittsalter der in den Berufsvereinen organisierten Handelsagenten ist auf ca. 45 Jahre festgestellt worden. Die Handelsagenten tragen höchstens moralisch, nicht physiologisch zur Verjüngung des Handelsstandes bei. Daß es auch einige jüngere Handelsagenten gibt, ist für die Frage natürlich belanglos. Es kann sich immer nur um die vorgenommene relative Gegenüberstellung bei solchem allgemeinen Vorwurf, wie dem geschilderten, handeln. Er erweist sich in jedem Falle als gänzlich hinfällig, wie jede wirkliche Kenntnis des Personals, aus dem sich dieser Stand zusammensetzt, weiß und eine ruhige Überlegung der starken Anforderungen an Lebenserfahrung und Kenntnis, die er voraussetzt, sich übrigens selbst sagen kann. Das durchschnittlich höhere Lebensalter der Handelsagenten kompliziert gerade ihre so dringend notwendigen Bestrebungen sozialer Sicherung; eigene Pensionskassen, Witwenkassen und dergl. werden dadurch sehr erschwert[5]). Es darf auch, allerdings die statistischen Ergebnisse etwas modifizierend, bemerkt werden, daß die von den Handelsagenten in ihrem Berufsleben durchschnittlich erreichte Lebensgrenze nicht hoch ist. Zur genaueren Klarstellung dieser ganzen Verhältnisse bedürfte es allerdings einer Statistik der Berufsdauer. Es ist aber tatsächlich so, daß viele Handelsagenten über die 40er,

[1]) „Die Woche", 1901, S. 98.

[2]) „Der moderne Kapitalismus", Bd. II, S. 408.

[3]) Spalte 4. [4]) Spalte 5.

[5]) s. die hierher gehörigen Diskussionen auf dem II. und III. Kongresse in den entsprechenden Protokollen, S. 84, 119ff. und S. 195ff.

50er Jahre nicht hinauskommen, wie die Todesanzeigen der Berufszeitschriften dem Leser recht betrübend zu Gemüte führen. Es ist eben ein aufreibender, die Kräfte vorzeitig zerstörender Beruf. So ist es nicht etwa die günstige Sterblichkeitsziffer der Handelsagenten, die ihr Durchschnittsalter so günstig in die Höhe rückt; sondern das Durchschnittsalter weicht von dem tatsächlichen Lebensalter einer großen Mehrheit der Handelsagenten nicht allzu weit nach unten hin ab: die Zahl der über dem Durchschnitt vorhandenen Fälle ist relativ groß, die Abweichung selbst relativ gering. Es ergibt sich dieser Zusammenhang daher, weil viele Handelsagenten eben erst im späteren Lebensalter in ihren Beruf eintreten.

Eine Verifikation dieser Verhältnisse ergibt die Feststellung der Zahl der Witwen von Berufsangehörigen der „Handelsvermittelung" nach Tabelle VII [1]). Auch die Witwen verteilen sich in stärkerem Maße auf die höheren Altersstufen, als es im Handelsgewerbe überhaupt der Fall ist. Der Rückschluß auf eine größere Altershöhe in dem gesamten Berufsstande ist berechtigt. —

Einen freundlichen Einblick in die wirtschaftliche Lage des Handelsagentenstandes wie in seine allgemein-wirtschaftliche Bedeutung läßt der in Tabelle VIII [2]) wiedergegebene Versuch einer Umsatzstatistik zu, der bei den Tabaksagenten Berlins unternommen wurde; er erstreckt sich über 5 Jahre. Die Tabelle ist bei weitem nicht vollständig; nur rund ⅓ der Tabaksagenten haben an dieser Enquête sich beteiligt. Dennoch sieht man, welche Wertsummen durch die fleißigen Hände eines kleinen Kreises von Menschen hier hindurchgehen. Die Tabelle betrifft, von sachkundiger Seite nachgeprüft, keine außergewöhnlichen, höchstens nur mittlere Verhältnisse. Es ist sogar sicher, daß die Umsätze einiger vorhandener, besonders „großer" Berliner Agenten nicht in ihr erscheinen.

Von einer ähnlichen Bedeutung für die richtige Einschätzung des wirtschaftlichen Effektes der Berufstätigkeit der Handelsagenten ist eine Verluststatistik, wie sie laut Tabelle IX [3]) bei den Handelsagenten der Zigarrenbranche in Berlin aufzustellen versucht worden ist. Als „Verlust" sind hierbei diejenigen Beträge des Umsatzes aufgefaßt, für die der Gegenwart nicht einging. Leider umfaßt diese Statistik nur eine geringe Zahl von

[1]) S. 114. [2]) S. 115. [3]) S. 116.

Fällen, aber damit wird sie nicht zugunsten, sondern eher zu ungunsten der Handelsagenten gefärbt, denn es ist psychologisch verständlich, daß nur diejenigen geneigt sein werden, „Verluste“ anzugeben, die tatsächlich solche in einigermaßen erheblichem Umfange gehabt haben; die ermittelten relativen Verlustziffern werden also, auf den Durchschnitt bezogen, eher zu hoch als zu niedrig sein. Neben dem Bild über das Schwanken der wirtschaftlichen Lage, das durch diese Zahlen für die einzelnen Jahre deutlich dargeboten wird, kommt doch durch die Geringfügigkeit dieser Verlustzahlen gegenüber den Umsätzen zugleich ein sicherer Eindruck für die außerordentliche Vorsicht, Umsicht und Zuverlässigkeit in der Geschäftshandhabung der Handelsagenten zustande.

Einen Index für die soziale Höhe eines Berufsstandes kann man dadurch erhalten, daß man die in ihm „Erwerbstätigen“ mit der Zahl ihrer berufslosen Angehörigen, sowie mit der Zahl der bei ihnen in Diensten stehenden Personen vergleicht. Alle drei Kategorien zusammen, die die Statistik als „Berufszugehörige“ charakterisiert, sagen dann aus, wieviel Personen aus der wirtschaftlichen Tätigkeit dieser Erwerbstätigen ihren Unterhalt beziehen, wenn auch als Äquivalent für wirtschaftliche Gegenleistungen, wie die Dienstboten, die im Gewerbe mithelfenden Familienangehörigen und z. T. auch die nichtmithelfenden, wenn man z. B. den wirtschaftlichen Wert der Hausfrauentätigkeit mit in Anschlag bringt. Für alle diese Personen bildet die Arbeit der Erwerbstätigen jedenfalls die primäre Quelle ihrer Existenz. Diese Zahlen gibt uns die Berufsstatistik von 1907 für die

„Handelsvermittelung“

wie folgt:

Erwerbstätige in Berufsstellung a l — hier natürlich einschließlich der weiblichen[1]):	Angehörige ohne Hauptberuf:	Dienende für häusliche Dienste, im Haushalt der Herrschaft lebend:	Berufszugehörige (Summe der drei Kategorien):
33 280	62 354	13 952	109 586
Also kommen auf je 1 Erwerbstätigen:	1,87	0,42	3,30

[1]) Die Scheidung nach dem Geschlecht, die die Berufsstatistik hier durchführt, erscheint ziemlich belanglos. Sie sagt uns, wieviel männliche Erwerbstätige und wieviel männliche Angehörige usw. vorhanden sind, und ebenso beim weiblichen Geschlecht, während es wirtschaftlich und sozialpolitisch von Bedeutung wäre, er-

Demgemäß dürfte es von Interesse sein, die Verhältnisse in einigen anderen Berufsständen vergleichsweise heranzuziehen; soweit möglich, natürlich unter Anführung der gleichen Grundlagen, also der Berufsstellung a1, „Eigentümer und Miteigentümer“:

Auf je 1 Erwerbstätigen kommen in der Berufsgruppe:	Angehörige:	Dienende:	Berufszugehörige:
XX, Handelsgewerbe:	1,70	0,30	3,05
und z. B.			
Ia, Landwirtschaft:	2,06	0,05	3,12

Die 3 großen Berufsabteilungen sind in der Berufsstatistik nur mit der Berufsstellung a, Selbständige überhaupt, angegeben.

Für diese kommen auf je 1 Erwerbstätigen in der Berufsabteilung:	Angehörige:	Dienende:	Berufszugehörige:
C, Handel und Verkehr:	1,80	0,29	3,09
B, Industrie, Bergbau, Baugewerbe:	1,94	0,16	3,15
A, Land- und Forstwirtschaft, Gärtnerei und Fischerei:	2,06	0,06	3,12

Mit Ausnahme der Angehörigen bei der Landwirtschaft sind also die Verhältnisse in der „Handelsvermittelung“ weit bessere als sie in diesen Durchschnittszahlen zum Ausdruck kommen. Nicht ungünstiger sind die Einblicke, die man erhält, wenn man auf einzelne Berufsarten zurückgreift, natürlich unter Berücksichtigung der Berufsstellung a1, soweit diese überhaupt unterscheidbar ist. So kommen auf je 1 Erwerbstätigen

	Angehörige:	Dienende:	Berufszugehörige:
in der Berufsart:			
C 1, Waren- und Produktenhandel:	1,7	0,4	3,0
oder in sog. „freien“ — einige Verwandtschaft mit dem Agentenberuf aufweisenden — Berufen, wie:			

kennen zu können, wieviel Angehörige usw. im ganzen einmal auf männliche Erwerbstätige und dann auf weibliche Erwerbstätige entfallen.

		Angehörige:	Dienende:	Berufszugehörige:
E 5,	Gesundheitspflege, Berufsstellung a: ärztliches u. Direktionspersonal:	1,1	0,5	2,6
B 162,	Maler und Bildhauer (Künstler):	1,3	0,3	2,6
	oder in Beamtenkategorien, z. B.			
E 1,	Armee und Marine, Berufsstellung a: Offiziere und Beamte in gleichstehendem Range:	1,3	0,6	2,9
C 12,	Post und Telegraphie, Berufsstellung a: Direktoren, Inspektoren, Verwaltungsbeamte etc.:	2,0	0,4	3,3

Im Vergleich zu besonders günstig situierten industriellen Schichten ist das Verhältnis natürlich etwas anders. Greift man irgend beliebige heraus, so kommen auf einen selbständigen Eigentümer oder Miteigentümer

		Angehörige:	Dienende:	Berufszugehörige:
	in der rein handwerksmäßigen Berufsart			
B 110,	Fleischerei:	2,5	0,4	3,9
	in der halb klein-, halb großindustriellen Berufsart			
B 95,	Tischlerei:	2,5	0,6	3,5
	in der überwiegend großindustriellen Berufsart			
B 28,	Eisengießerei:	2,4	0,6	4,0

Im allgemeinen kann aber aus allem Vorstehenden der Schluß einer nicht ungünstigen sozialen Lage der „Handelsvermittler" gezogen werden, und das Agenturgewerbe, die Hauptschicht dieser Berufsart, wird an diesem Ergebnis nicht unbeteiligt sein. Dies ist umsomehr zu betonen, als die an äußeren Momenten sich haltende Vermutung bei einem so stark fluktuierenden Gewerbe andere soziale Tatsachen erwarten ließe.

Achter Abschnitt.

Gliederung des Agenturgewerbes.

Das Agenturgewerbe gliedert sich in seine verschiedenen „Waren-Spezialbranchen". Nicht als eine solche Spezialbranche, sondern als eine eigene Betriebsform des Agenturgewerbes ist das Export-Agenturgeschäft aufzufassen. Während sonst die Absatzschwierigkeiten, die die vermittelnde Tätigkeit des Handelsagenten notwendig machen, aus den besonderen sachlichen Bedingungen und Anforderungen der einzelnen Warenbranchen sich ergeben, liegt eine große im wesentlichen gleichartige Menge von Schwierigkeiten ganz allgemeiner Art in allen den Fällen vor, wo es sich um Export handelt. Diese Schwierigkeiten, aus der Verschiedenartigkeit der Kultur-, namentlich der Rechtsverhältnisse der miteinander in Verkehr tretenden Länder herstammend, steigern sich mit dieser Verschiedenheit und mit der räumlichen Entfernung. Der Absatzmangel der modernen Zeit, der Überschuß der heimischen Produktion über den Bedarf machen aber den Export zur Notwendigkeit. Es ist hier nicht der Ort, auf die Menge der Gefahren hinzuweisen, die den direkten Export durch die Fabrikanten bedrohen. Es sind jedenfalls Unsummen deutschen Kapitals durch solche Versuche verloren gegangen. J. G. Büsch hat bereits mit Nachdruck auf diese Umstände hingewiesen [1]). Sie sind, insbesondere in ihrer Beziehung zum Agenturgewerbe und in ihren Folgen für dieses, auf dem III. Kongreß Deutscher Handelsagenten zu München ausführlich erörtert worden [2]). Unter schwierigeren Verhältnissen bewahrheitet es sich zumeist, wie es einmal in einer aus der praktischen Erfahrung geschöpften Zuschrift an eine Tageszeitung hieß, daß „sofern der Artikel einen Vertrieb an die Abnehmer direkt, seien sie nun Verkaufsgeschäfte oder Fabriken,

---

[1]) Kleine Schriften von der Handlung und anderem gemeinnützigem Inhalte, Lpzg. 1772, S. 107; sowie: Theoretisch-praktische Darstellung der Handlung etc., Hambg. 1792, 2. Teil, S. 129.

[2]) Protokoll, S. 149ff.

überhaupt zuläßt, nur ein außergewöhnlich tüchtiger und erfahrener Agent auf einigen Erfolg rechnen kann“ [1]).

Jedenfalls ist zu betonen: Geht es schon im Inlande ohne vermittelnde Zwischenglieder des Handels nicht, so geht es unter den vervielfachten Schwierigkeiten des Exports garnicht und erst recht nicht. Da hat der berufsmäßige Exporteur im Eigenhandelsgeschäft, der Exportkommissionär oder resp. und der Exportagent einzutreten, die, nach einzelnen oder doch nach Gruppen von Exportländern sich spezialisierend, die vorhandenen Schwierigkeiten kennen und sie sachgemäß behandeln. Es mag sein, daß mit fortschreitender Rechtssicherheit auch in überseeischen und den für den Export sehr bedenklichen Ländern des nahen Orients, mit der allmählichen Ausgleichung der Kulturdifferenzen, mit der Vervollkommnung der Verkehrsmittel und der Verkehrsverhältnisse die Schwierigkeiten in etwas gemildert werden, zu einem kleinen Teil vielleicht schon gemildert sind. Soweit dies eintritt oder eingetreten ist, gibt es aber gerade dem Exportagenten eine kräftige Avance vor den übrigen Exportvermittlern. Ermöglicht würde allerdings eine Vereinfachung der Handelsbeziehungen; aber sie bedeutete im Grunde immer doch nur eine Befreiung von den gröbsten Schwierigkeiten; sie würde eine relative Ausschaltung des Eigenhandels und des Kommissionsgeschäfts [2]) im Export nach sich ziehen, aber nur umsomehr, da alle dem Absatz entgegenstehenden Schwierigkeiten doch niemals zu beseitigen sind, — dem Exportagenten freie Bahn eröffnen, eine Entwicklung, wie sie sich ja im inneren Verkehr schon vollzogen hat. Er würde dann, während er bisher vielfach nur eine Vermittlungsinstanz zwischen dem Fabrikanten und dem für die Abwicklung des Geschäfts gerade speziell in Frage kommenden Hamburger Exporteur bildet, mehr mit überseeischer Kundschaft selbst in Verkehr treten. Jedenfalls wird auch dann das Exportagenturgeschäft diejenige Zuspitzung des Agenturgewerbes bedeuten, in der die Vorteile dieser Art der Handelsvermittlung am klarsten hervortreten und die höchsten Anforderungen, sowohl in bezug auf spezielle Kenntnis und Erfahrung über die betreffenden Exportländer, wie auch überhaupt hinsichtlich allgemeiner kaufmännischer Bildung und individueller Fähigkeiten ge-

[1]) „Voss. Ztg.“, Bln., unter dem Stichwort „Vorsicht im amerikanischen Geschäft!“ — 1908, 5. Aug., Nr. 363.

[2]) Protokoll des III. Kongresses, S. 158.

stellt werden. Sind die Schwierigkeiten, mit denen der Exportagent zu kämpfen hat, auch nicht wesensfremd denen, die sonst im Agenturgewerbe vorhanden sind, so sind sie doch eben so gehäuft und eigenartig kompliziert, daß man dabei von einer eigenen Betriebsform im Agenturgeschäft mit Recht sprechen darf. Deshalb ist der Exportagent der Handelsagent par excellence.

Neben ihm steht der Importagent, der aber nicht wie jener als eine sich besonders heraushebende, auf anderen allgemeinen Lebensbedingungen beruhende Betriebsform des Agenturgewerbes anzusehen ist. Er arbeitet mit seiner einheimischen Kundschaft. Er ist deshalb Warenagent wie jeder andere und im wesentlichen unter den gleichen wirtschaftlichen Bedingungen tätig, die nur durch seine Warenbranche eine spezielle Modifikation erleiden können. Daß er ausländische Häuser vertritt, gibt seiner Tätigkeit kein besonders scharf scheidendes Charakteristikum. Hingegen trifft für den am ausländischen Platz unter schwierigen, ungeregelten Rechtsverhältnissen arbeitenden Importagenten das für den Exportagenten Gesagte mehr oder minder zu.

*

Die eigentliche Gliederung des Agenturgewerbes wird erst durch die verschiedenen Warenbranchen gegeben. An ihr nehmen natürlich auch die Exportagenten teil, wenn sie sich vielleicht auch nicht ganz so scharf spezialisieren wie die übrigen Handelsagenten.

Die Zahl dieser Agenturbranchen ist natürlich unbegrenzt, da es ihrer ebenso viele gibt, als es Warengattungen gibt. Denn es ist in der Tat kaum ein Handelszweig anzugeben, der sich der Agenturvermittlung in keiner Weise bediente. Immerhin lassen sich einige Branchen herausgreifen, in denen der Handelsagent hauptsächlich ein Feld seiner Tätigkeit gefunden hat, und die deshalb mit einigem Recht als spezielle „Agenturbranchen" ausgesondert werden können.

Sehr umfassend ist z. B. die Branche der Lebensmittel. Dazu gehören das inländische und das ausländische Getreideagenturgeschäft. Es handelt sich hierbei um Vermittlungen größten Umfanges, denen z. T. ein stark spekulativer Charakter innewohnt. Ferner gehört hierher die Nahrungs- und Genußmittelbranche, die hauptsächlich als Importagentur für ausländische Geschäftshäuser auftritt: in Kolonialwaren, Kaffee, Tee, Kakao, in Südfrüchten und

Obst. Aber auch in einheimischen Produkten, in Fleisch- und Wurstwaren, Konfitüren, Delikatessen und namentlich hervorragend in Konserven hat sich ein lebhaftes Agenturgeschäft entwickelt, das zugleich dessen Bedeutung für die deutsche Landwirtschaft erweist. Die ebenfalls gut entwickelte Tabakbranche, die sich in die Zigarren-, Zigaretten- und Rohtabakbranche gliedert [1]), ist hier mit zu erwähnen.

An Bedeutung mit dieser Gruppe gleichstehend oder sie noch überragend sind die als Textilbranche zusammenzufassenden Geschäftszweige. Das Rohmaterial für diese, Roh-Baumwolle, Wolle, Seide, Kunstseide, ist der Agenturvermittlung in weitem Umfange unterworfen. Das Garnagenturgeschäft spielt sodann eine große Rolle, sowohl für eigentliche Webereizwecke, Teppichfabrikation etc. wie auch daneben für die Bedürfnisse der Kabelwerke und für die zeitweilig einen garnicht unerheblichen Konsum erheischende Glühkörperfabrikation. Die Fertigfabrikate der Textilindustrie, wie Kleiderstoffe, Möbelstoffe, Trikotagen, Gardinen, Spitzen und Stickereien, die sog. „Barmer Artikel", Posamenten, schließlich die Bekleidungsartikel selbst werden in erheblichem Maße durch den Handelsagenten an die Detailverkäufer gebracht. Für den Tuchhandel gilt das gleiche [2]).

Viele dieser Spezialzweige der Textilagenten hatten in den letzten Jahren ständig mit den Gefahren zu rechnen, die ihnen aus den modernen wirtschaftlichen Organisationsbestrebungen erwuchsen, der Absicht nach sie überflüssig zu machen, auszuschalten drohten. Es handelte sich z. T. um kartellmäßige Organisationen der Produzenten und Grossisten, die je nach dem sie mehr in der Form von Kartellen „höherer" oder „niederer" Ordnung [3]) auftraten, mehr oder weniger bedrohlich für das Agenturgewerbe sich erwiesen. In der letzteren Form, in der der sog. „Konventionen", haben diese Vereinigungen, besonders wenn sie, wie mehrfach geschehen, unter der tätigen Mitarbeit der Handelsagenten selbst abgeschlossen wurden, auch für das Agenturgewerbe segensreich gewirkt, indem sie auf eine gewisse Vereinheitlichung der Verkaufs- und Lieferungsbedingungen hindrängten und manche Übelstände,

---

[1]) s. Anhang, Tabelle VIII.

[2]) S. Bloch, Die Entwicklungstendenzen und Betriebsformen im Tuchhandel der Stadt Zürich, § 10, Die Agenten, S. 147—153.

[3]) H. Bonikowsky, Der Einfluß der industriellen Kartelle auf den Handel in Deutschland, Jena 1907.

die sich in die reelle Geschäftsabwicklung eingeschlichen hatten, wie z. B. übermäßige Zielverlängerung, unbegründete Skonti, Rabatte und sonstige von den Abnehmern bisweilen oft recht rücksichtslos und willkürlich durchgesetzten Abzüge, abstellen halfen. An offenbaren Mißständen hat das Agenturgewerbe kein Interesse und an über individueller Geschäftsgebarung auch nicht. So ist z. B. von der Entwicklung in einem anderen, mit dem hier speziell betrachteten immerhin etwas verwandten Handelszweig zu konstatieren: „Die Damenhutbranche ist in bezug auf gemeinsame Verkaufsbedingungen lückenlos zusammengeschlossen, was sich für die Agenten als sehr vorteilhaft erweist“ [1]). Von ausgesprochenen Kartellgründungen, von solchen „höherer“ Ordnung, muß allerdings die Feststellung Bonikowskys gelten:

> „Tatsächlich ausgeschaltet sind bei Verbänden höherer Ordnung die früher von den Einzelwerken beschäftigten Handlungsagenten und Reisenden“ [2]).

Diese Entwicklung ist allerdings in der Textilbranche noch nicht durchgedrungen. Als umgekehrte Gefahrenquelle tritt für den Handelsagenten die Organisation der Kunden auf, die in Einkaufsgenossenschaften besondere wirtschaftliche Vorteile erstrebt. Sie führen oft zu Kartellverträgen zwischen Produzenten oder Engroshändlern und den Abnehmern, wie sie z. B. im Jahre 1907 von der Vereinigung der deutschen Samt- und Seidenstoff-Großhändler mit dem Verbande der Blusen- usw. Fabrikanten und mit anderen Verbänden abgeschlossen, bzw. abzuschließen versucht wurden. Die Verkäufer verpflichten sich in solchen Verträgen, nur an die Mitglieder des Gegenkontrahenten zu verkaufen, diese letzteren unter bestimmten festen Bedingungen nur von den ersteren zu kaufen. Manchmal und gar oft kommt es aber nicht zu der Einigung, und dann zerstört der entbrennende, mit dem Mittel des Boykotts arbeitende wirtschaftliche Krieg erst recht dem Handelsagenten das Geschäft. Es darf als ein Erfahrungsbeweis für die Lebenskraft und die wirtschaftliche Berechtigung

---

[1]) Jahresbericht der Handelskammer zu Berlin für 1910; 2. Teil, S. 384.

[2]) a. a. O., S. 302. — Jedoch bleibt als ein dieser Gestaltung der Dinge entgegenwirkendes Moment immer bestehen, was van der Borght einmal so formuliert: „Für manche Geschäfte ist es eine Lebensfrage, die bewährten und in bestimmten Bezirken gut eingeführten Vertreter zu behalten“; Handel und Handelspolitik S. 180.

des durch den Handelsagenten verkörperten Vermittlungsgedankens in Anspruch genommen werden, daß auch in dieser so schwer bedrohten Branche die Handelsagententätigkeit im ganzen nicht zum Stillstand gekommen ist, sondern sich kräftig weiterentwickelt hat. Wird doch z. B. der Gesamtumsatz der Berliner Textilagenten von sachkundiger Seite auf über eine Milliarde Mark jährlich geschätzt.

Auch in der Schuhwarenbranche hat sich der Handelsagent der Konkurrenz von Einkaufsgenossenschaften der Detaillisten mit voller Kraft und Anspannung zu erwehren; doch scheint auch hier die Gefahr der Ausschaltung nicht übermäßig groß. Die beiden bestehenden maßgeblichen Gründungen der gedachten Art sind, soweit man sie überhaupt hierher rechnen kann und in ihnen nicht vielmehr private Erwerbsunternehmungen zu sehen hat, zwar äußerlich nicht ganz ungünstig entwickelt, wenn man lediglich die Zahl ihrer Mitglieder oder „Kunden“ ins Auge faßt. Aber ihr auf zusammen 3—4 Millionen Mark anzuschlagender Umsatz erscheint doch belanglos, wenn man zum Vergleich den zum größten Teil durch Handelsagenten vermittelten Gesamtumsatz in Schuhwaren zwischen Fabrikanten und Detailhändlern heranzieht, der sich z. B. allein schon für Berlin schätzungsweise zum mindesten auf einige 40 Millionen Mark belaufen dürfte. Es ist deshalb anzunehmen, daß sie auch für ihre Mitglieder in der Hauptsache nur nebensächliche Abschlüsse, nicht die Hauptabschlüsse vermitteln.

Sehr entwickelt ist das Agenturgeschäft in Glas, Porzellan, keramischen Artikeln und Spielwaren, in denen es in starkem Prozentsatz Exportgeschäft ist. Die von Handelsagenten dieser Branchen unterhaltenen Berliner Musterläger haben besondere Bedeutung erlangt und sind zu einer speziellen Vereinigung zusammengeschlossen.

Metallwaren, insbesondere Beleuchtungsartikel, Holzwaren, darunter Möbel und anderer Hausbedarf, ferner Galanterie- und Bijouteriewaren, Tapeten und Papier, Drogen, Farben, Seifen bilden einige weitere Hauptzweige des Agenturgeschäfts. Auch in Metallen, Eisenwaren, Drahtstiften, Maschinen etc. gibt es, soweit nicht der Kartellgedanke hier in das freie Wirtschaftsleben hindernd eingegriffen hat, eine rührige Agenturvermittlung.

Der Verein Berliner Agenten hat seine Mitglieder in 9 Branchengruppen und diese wieder in zahlreiche Untergruppen eingeteilt; dazu zählt auch eine „Exportgruppe". Die Gliederung des Agenturgewerbes trat praktisch auf dem jüngst abgehaltenen V. Kongreß Deutscher Handelsagenten zu Frankfurt a. M. in Erscheinung, wo neben den allgemeinen, die Gesamtheit des Agenturgewerbes betreffenden Beratungen auch Sondertagungen der einzelnen Branchen stattfanden[1]). Nicht Auflösung des einheitlichen Agenturgewerbes bedeutet diese Tatsache; die darin ausgeprägte Aussonderung spezieller Brancheninteressen kennzeichnet vielmehr nur die innere Bestimmtheit und Festigkeit des Agentenberufes, der eben auf der unerläßlichen Voraussetzung einer sicheren Kenntnis einer Spezialbranche beruht, keineswegs einen beliebig zu ergreifenden Allerweltsberuf darstellt und sich jedenfalls von einer solchen Klassifizierung immer weiter entfernt.

Man sieht also, daß beinahe alle Zweige des Wirtschaftslebens von der Arbeit des Handelsagenten umfaßt werden, einige allerdings stärker, einige weniger stark. Doch behauptet sie sich noch überall und auch gegenüber so überwältigenden Mächten, wie die gewerbliche Konzentrationsbewegung in Kartellen und Syndikaten in neuerer Zeit ins Leben gerufen hat. Aus alledem ergibt sich die hohe Bedeutung des Agenturwesens für alle Zweige der Produktion — eine geradezu universelle Bedeutung.

---

[1]) „Der Waren-Agent", 1912, Nr. 24, S. 212, Nr. 25, S. 225/226.

Anhang.

Seite:

A. Statistischer Teil 111

Verzeichnis der Tabellen 117

B. Literatur 119

A.

Statistischer Teil.

I.

Zusammensetzung der Berufsart „Handelsvermittelung".

Im Jahre	Männliche Erwerbstätige in der „Handelsvermittelung": mit diesem Berufe als Hauptberuf ohne Nebenberuf	Hauptberuf mit einem Nebenberuf		Nebenberuf		Hauptberuf ohne Nebenberuf und als Nebenberuf (Summe von Spalte 1 u. 4)	überhaupt (Summe der Spalten 1, 2 u. 4)
			in der Landwirtschaft		neben einem Hauptberuf in der Landwirtschaft		
	1	2	3	4	5	6	7
α) in der Berufsstellung als „Selbständige" (Berufsstellung a):							
1882	23 023	6 281	4 008	8 234	2 193	31 257	37 538
1895	30 647	4 697	2 491	10 196	2 199	40 843	45 540
1907	36 038	4 801	1 910	10 409	2 562	46 447	51 248
β) in der Berufsstellung als „Eigentümer und Miteigentümer" (Berufsstellung a 1):							
1907	28 291	4 204	1 799	7 921	2 448	36 212	40 416

II.

Vergleichende Übersicht über die Entwicklung der Berufsart „Handelsvermittelung".

Im Jahre	Männliche Selbständige in der Berufsart „Handelsvermittelung", hauptberuflich ohne Nebenberuf erwerbstätig	Selbständige Erwerbstätige (männliche und weibliche), im Hauptberufe mit oder ohne Nebenberuf tätig in der Berufsgruppe des Handelsgewerbes	Handel und Verkehr	Landwirtschaft, Industrie, Handel und Verkehr	Männliche selbständige Erwerbstätige der Berufsart „Handelsvermittelung" sind vorhanden unter je 100 selbständigen Erwerbstätigen des Handelsgewerbes	im Handel und Verkehr	in Landwirtschaft, Industrie, Handel und Verkehr
	1	2	3	4	5	6	7
1882	23 023	482 125	701 508	5 190 687	4,8	3,3	0,44
1895	30 647	578 497	843 557	5 474 046	5,3	3,6	0,56
1907	36 038	667 238	1 012 192	5 490 288	5,4	3,6	0.66
1907 in der Berufsstellung a 1	28 291	625 417	—	—	4,5	—	—
Also: Zunahme in %: in der Zeit							
von 1882 bis 1895	33,11	19,99	20,25	5,46			
„ 1895 „ 1907	17,59	15,34	20,00	0,29			
von 1882 bis 1907	56,53	38,40	44,29	7,57			

III.

Die Gewerbebetriebe der Gewerbeklasse „Handelsvermittelung".

Im Jahre	Hauptbetriebe als Alleinbetriebe:	Hauptbetriebe; Anzahl im ganzen:	Hauptbetriebe; darin tätige Personen:	überhaupt (Haupt- und Nebenbetriebe):
1875	—	17 134	19 714	21 150
1882	27 128	30 709	36 202	38 709
1895	31 308	37 175	51 505	46 734
1907	33 947	45 736	75 707	54 294
1907 ohne Teilbetriebe	33 153	44 221	72 390	50 106
Also: Zunahme in %:				
in der Zeit				
von 1882 bis 1895:	15,41	21,06	42,27	20,73
„ 1895 „ 1907:	8,43	23,03	46,99	16,18
von 1882 bis 1907:	25,51	48,93	109,12	40,26

IV.

Die Berufsart „Handelsvermittelung" nach Ortsgrößenklassen.

Männliche selbständige Erwerbstätige (Berufsstellung a) in der Berufsart „Handelsvermittelung" als ihrem Hauptberufe:

Im Jahre	1882:	1895:	1907:
in den Großstädten:	10 900	19 265	25 035
in Orten			
mit 2000 bis 100 000 Einwohnern:	13 377	12 080	12 694
„ unter 2 000 „ :	5 027	3 999	3 110
Summe:	29 304	35 344	40 839
in Orten			
mit 20—100 000 Einwohnern:	5 939	6 170	(Das Ergebnis ist
„ 5— 20 000 „ :	4 705	3 557	z. Z. noch nicht
„ 2— 5 000 „ :	2 733	2 353	veröffentlicht.

V.

Die „Handelsvermittelung“ in den Großstädten.

In	i. J.:	In dieser Berufsart waren vorhanden im Hauptberufe männliche selbständige Erwerbstätige (Berufsstellung a)	In dieser Gewerbeklasse waren vorhanden			Als reine „Handelsagenten“ mit Hilfe privaten Materials[1]) ermittelt:
			Haupt- und zwar Alleinbetriebe	Hauptbetriebe im ganzen	überhaupt Gewerbebetriebe (Haupt- und Nebenbetriebe	
Berlin:	1882	3 503	3 125	3 438	3 624	
	1895	4 879	4 540	5 577	6 425	
	1907	3 610	3 234	5 157	5 387	2 700
Hamburg:	1882	1 591	1 269	1 932	2 021	
	1895	2 944	2 051	3 156	3 383	
	1907	4 887	2 654	4 422	4 605	3 000
München:	1882	491	479	520	547	
	1895	952	897	983	1 043	
	1907	808	757	1 087	1 115	680
Leipzig:	1882	731	553	671	740	
	1895	1 000	847	1 104	1 185	
	1907	1 729	1 572	2 022	2 148	800
Dresden:	1882	561	505	573	650	
	1895	679	590	754	836	
	1907	1 415	1 315	1 591	1 713	520
Breslau:	1882	730	776	831	909	
	1895	784	810	959	1 080	
	1907	958	769	1 047	1 091	630
Köln a. Rh.:	1882	553	476	572	597	
	1895	879	731	879	922	
	1907	1 247	1 120	1 462	1 525	500
Frankfurt a. M.:	1882	784	713	827	869	
	1895	1 166	993	1 179	1 253	
	1907	1 203	1 132	1 132	1 536	780
In sämtlichen 15 28 41 Großstädten	1882	10 916	9 672	11 436	12 250	
	1895	19 265	16 470	20 794	23 002	
	1907	25 035	21 061	29 986	31 773	—

[1]) Als solches Material dienten die Adreßbücher der einzelnen Städte, das Mosse'sche „Reichsadreßbuch“, einige Spezialadreßbücher und Verzeichnisse, die Agenturgeschäfte ausschließlich oder neben verwandten Geschäftszweigen aufführen, und ähnliche Quellen. Um mit dem Zeitpunkte der Aufnahme der Reichsstatistik möglichst übereinstimmende Verhältnisse zu Grunde zu legen, wurden nach Möglichkeit die im Herbst 1907 herausgekommenen Auflagen herangezogen. Die so erhaltenen, sehr voneinander abweichenden Zählergebnisse wurden zu Durchschnittswerten unter entsprechender Beurteilung der Quellen zusammengesetzt. Da Willkür hierbei nicht auszuschließen war, ist der Wert dieser Ermittlungsart natürlich nur sehr gering.

VI.

Vergleichende Übersicht über den Altersaufbau der Berufsart „Handelsvermittelung“ nach der Berufsstatistik von 1907.

Selbständige im Hauptberufe Erwerbstätige					Männliche selbständige Erwerbstätige der Berufsart „Handelsvermittelung“ sind vorhanden unter je 100 selbständigen Erwerbstätigen im	
in der Altersstufe		in der Berufsart „Handelsvermittelung“, und zwar nur männliche:	im Handelsgewerbe:	in Handel und Verkehr	Handelsgewerbe:	Handel u. Verkehr:
von Jahren	bis unter Jahre	1	2	3	4	5
—	14	0	11	14	—	—
14	16	4	53	58	—	—
16	18	16	796	1 078	2,0	1,5
18	20	64	2 054	2 671	3,1	2,4
20	25	684	16 119	21 374	4,2	3,2
25	30	2 818	55 342	80 411	5,1	3,5
30	40	10 374	177 155	271 904	5,8	3,8
40	50	11 376	178 600	279 258	6,4	4,1
50	60	9 022	137 320	211 196	6,6	4,3
60	70	5 005	76 350	111 489	6,6	4,5
70	—	1 445	23 058	32 266	6,3	4,5

VII.

Vergleichende Übersicht über die Anzahl der Witwen und Waisen von selbständigen Erwerbstätigen der Berufsart „Handelsvermittelung“ nach der Berufsstatistik von 1907.

A. Witwen,
deren Ehemann selbständig im Hauptberufe erwerbstätig war

in der Altersstufe		in der Berufsart „Handelsvermittelung“; Anzahl		im Handelsgewerbe überhaupt; Anzahl	
		überhaupt:	auf je 100 der Gesamtzahl:	überhaupt:	auf je 100 der Gesamtzahl:
von Jahren	bis unter Jahre	1	2	3	4
—	20	2	0,03	62	0,05
20	25	18	0,30	496	0,39
25	30	36	0,61	1 063	0,84
30	40	304	5,1	7 811	6,2
40	50	935	15,7	23 492	18,6
50	60	1 686	28,4	31 948	25,3
60	70	1 738	29,3	34 594	27,3
70	—	1 221	20,6	26 949	21,3
Gesamtzahl:		5 940	100	126 421	100

B. Waisen,
deren Vater in der Berufsart „Handelsvermittelung“ als in seinem Hauptberufe selbständig erwerbstätig war:

Bis unter 18 Jahren { männliche: 867, davon Doppelwaisen: 51,
weibliche: 936, „ „ 57,
Gesamtzahl: 1803, davon Doppelwaisen: 108.

VIII.

Umsatzstatistik der Tabaksagenten Berlins.

(Nach einer Erhebung der „Tabakgruppe“ des Vereins Berliner Agenten E. V.)

Jahreszahl	Anzahl der Handelsagenten, die sich an der Aufnahme beteiligt haben:	Anzahl der durch diese Handelsagenten vertretenen Häuser:	Gesamt-Jahresumsatz dieser Handelsagenten in M.:	Durchschnittlicher Jahresumsatz dieser Handelsagenten in M.:	Auf einen dieser Handelsagenten entfallen durchschnittlich vertretene Häuser:
1	2	3	4	5	6
A. Handelsagenten für Zigarren:					
1907	63	159	10 487 019	166 460	2,5
1908	64	164	10 189 460	159 210	2,6
1909	65	169	11 717 800	180 274	2,6
1910	54	158	9 253 575	171 362	2,9
1911	40	117	8 029 041	207 026	2,9
B. Handelsagenten für Zigaretten:					
1907	10	12	1 826 184	182 618	1,2
1908	11	14	1 789 760	180 887	1,3
1909	12	14	1 994 950	166 245	1,2
1910	10	17	1 116 994	111 699	1,7
1911	5	5	1 093 125	218 625	1,0
C. Handelsagenten für Rauch-, Schnupf- und Kautabak:					
1907	4	4	74 932	18 733	1,0
1908	3	5	84 706	28 235	1,7
1909	5	5	118 266	23 653	1,0
1910	7	7	163 782	23 397	1,0

NB.: Die Ergebnisse für 1911 sind ebenso wie die Spezialergebnisse für die **Rohtabak**-Branche aus Gründen geschäftlichen Interesses der beteiligten Handelsagenten zur Veröffentlichung nicht geeignet; dagegen sind diese Zahlen mitenthalten in dem folgenden

Gesamtresultat für die Tabakbranche:

1907	66	181	13 134 895	199 013	2,7
1908	68	191	12 717 526	187 022	2,8
1909	71	196	14 513 076	204 406	2,8
1910	57	185	10 887 293	191 005	3,2
1911	42	131	9 403 073	223 883	3,1

NB.: Die an mehreren der vorstehenden Spezialbranchen beteiligten Handelsagenten sind in jeder dieser mit ihrem entsprechenden Umsatz gezählt, in dem vorliegenden „Gesamtresultat“ aber nur einmal mit ihrem Gesamtumsatz in der Tabakbranche.

IX.

Verluststatistik von Berliner Zigarrenagenten.

(Nach einer Erhebung der „Tabakgruppe“ des Vereins Berliner Agenten E. V.)

Es hatten:

i. J.:	Handelsagenten der Zigarrenbranche	Gesamtumsatz in M.	davon „Verlust“ in M.	„Verlust“ in %
1908	38	6 851 861	71 102	1,04
1909	39	7 796 251	72 233	0,92
1910	46	8 058 436	89 854	1,11
1911	40	8 029 041	104 399	1,30

Verzeichnis der Tabellen.

Seite:

I. Zusammensetzung der Berufsart „Handelsvermittelung“ 111

II. Vergleichende Übersicht über die Entwicklung der Berufsart „Handelsvermittelung“ 111

III. Die Gewerbebetriebe der Gewerbeklasse „Handelsvermittelung“ . . . 112

IV. Die Berufsart „Handelsvermittelung“ nach Ortsgrößenklassen 112

V. Die „Handelsvermittelung“ in den Großstädten 113

VI. Vergleichende Übersicht über den Altersaufbau der Berufsart „Handelsvermittelung“ 114

VII. Vergleichende Übersicht über die Anzahl der Witwen und Waisen von selbständigen Erwerbstätigen der Berufsart „Handelsvermittelung“ 114

VIII. Umsatzstatistik der Tabaksagenten Berlins 115

IX. Verluststatistik von Berliner Zigarrenagenten 116

B.

Literatur.

Der Waren-Agent, Zeitschrift für das gesamte Agenturgewerbe, hrsg. vom Centralverband Deutscher Handelsagenten-Vereine, Berlin, I.—X. Jg.

Mitteilungen des Vereins Berliner Agenten E. V., Berlin, I.—II. Jg.

Der Handelsagent, offizielles Organ der österreichischen Handelsagentenvereinigungen, Wien, I.—IX. Jg.

Importeur und Agent, früher: Der Agent, Berlin, I.—VIII. Jg. (erschienen bis 1909).

Der Exporthandel, offizielles Organ des Vereins Hamburger Exportagenten E. V., Hamburg, I.—II. Jg.

Deutsche Export-Revue, Berlin, I.—IV. Jg.

Die Post reisender Kaufleute Deutschlands, Leipzig.

Das Handels-Museum, Wien.

Der Confectionair, Berlin.

Die Textil-Woche, Berlin.

Protokoll des I. Kongresses Deutscher Agenten zu Berlin 1902.

Protokoll des II. Kongresses Deutscher Agenten zu Hamburg 1904.

Protokoll über den III. Kongreß Deutscher Handelsagenten in München 1906.

Protokoll über den IV. Kongreß Deutscher Handelsagenten in Köln a. Rh. 1909.

Verein Berliner Agenten E. V., Festschrift zum 25-jährigen Bestehen, 1886—1911, Berlin 1911.

Bericht des Vereins Hamburger Exportagenten E. V. anläßlich seines 10-jährigen Bestehens, 1902—1912.

Die Jahresberichte einer Reihe von Handelsagenten-Vereinen.

W. Röhrich, Die Stellung des kaufmännischen Agenten, in: Einladungsschrift zur Prüfung der Schüler an der öffentlichen Handelslehranstalt in Chemnitz 1856.

Ders., Abriß der Handelswissenschaft, 1. Aufl., Leipzig 1861.

E. Krackhardt, Die Einrichtung von Vertretungen, in: „Plutus", Berlin 1909, Heft 25 u. 26.

O. Denzler, Die Stellung der Filiale im internen und internationalen Privatrechte, Zürich 1902.

R. Bürner, Der Handlungsreisende im Auslande, Dresden 1901.

Johann Georg Büsch, Kleine Schriften von der Handlung und anderem gemeinnützigen Inhalte, Leipzig 1777.

Ders., Theoretisch-praktische Darstellung der Handlung in deren mannigfaltigen Geschäften, 2 Teile, Hamburg 1792.

Ders., Abhandlung von dem Geldsumlauf, 2 Bde., Hamburg u. Kiel 1780.

Ders., Sämtliche Schriften über die Handlung, 8 Bde., Hamburg 1824.

A. Schulte, Geschichte des mittelalterlichen Handels und Verkehrs zwischen Westdeutschland und Italien mit Ausschluß von Venedig. Hrsg. von der Badischen Historischen Kommission, Leipzig 1900.

F. C. Huber, Die geschichtliche Entwicklung des modernen Verkehrs, Tübingen 1893.

R. van der Borght, Handel und Handelspolitik, aus: Hand- und Lehrbuch der Staatswissenschaften, begr. v. Kuno Frankenstein, 1. Abt,, Bd. XVI, 2. Aufl., Leipzig 1907.

J. Grunzel, System der Handelspolitik, Leipzig 1901.

K. Rathgen, Die soziale Bedeutung des Handels, Vortrag, gehalten auf dem VII. Evangelisch-Sozialen Kongreß zu Stuttgart 1896, Bericht über die Verhandlungen, Berlin 1896.

R. Ehrenberg, Der Handel, seine wirtschaftliche Bedeutung, seine nationalen Pflichten und sein Verhältnis zum Staate, Jena 1897.

R. Calwer, Der Handel, aus: Die Gesellschaft, Sammlung sozialpsychologischer Monographien, hrsg. von Martin Buber, Bd. VIII, Frankfurt a. M. 1907.

E. Bußmann, Handel und Ethik, Göttingen 1902.

R. Beigel, Die Mängel unseres gegenwärtigen kaufmännischen Bildungswesens, Berlin 1893.

W. Sombart, Der moderne Kapitalismus, 2 Bde., Leipzig 1902.

Ders., Die deutsche Volkswirtschaft im neunzehnten Jahrhundert, aus: Das Neunzehnte Jahrhundert in Deutschlands Entwicklung, Bd. VII, Berlin 1903.

S. Bloch, Die Entwicklungstendenzen und Betriebsformen im Tuchhandel der Stadt Zürich, ein Beitrag aus der Gegenwart. Züricher Volkswirtschaftliche Studien, hrsg. v. H. Herkner, Heft 4, Zürich 1904.

G. v. Schmoller, Die Straßburger Tucher- und Weberzunft und das deutsche Zunftwesen vom 13. bis 17. Jahrhundert, Straßburg 1881.

Ders., Grundriß der Allgemeinen Volkswirtschaftslehre, 2. Teil, 1.—6. Aufl., Leipzig 1904.

G. v. Schönberg, Handbuch der Politischen Ökonomie, 4. Aufl., Bd. II, 2. Halbbd., Tübingen 1898.

Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 1., 2., 3. Aufl.

Wörterbuch der Volkswirtschaft, 1., 2., 3. Aufl.

C. Albrecht und P. Tentler, Das Recht der Agenten nach Deutschem Handelsrecht, ein Kommentar zu §§ 84—92 H.G.B., Berlin 1908.

K. Jacusiel, Das Recht der Agenten und Mäkler, 2 Bde., Berlin 1899 — Das Recht der Agenten, Mäkler und Kommissionäre, 2. Aufl., 3 Bde., Berlin 1904.

W. Immerwahr, Das Recht der Handlungsagenten, Breslau 1900.

H. Wüstendörfer, Der Handlungsagent als deutscher und ausländischer Rechtstypus, in: Zeitschrift für das gesamte Handelsrecht, begr. von L. Goldschmidt, 58. Bd., Stuttgart 1906.

Beiträge zur Erläuterung des Preußischen Rechts, des Handels- und Wechselrechts durch Theorie und Praxis, hrsg. von A. Gruchot, Berlin: in Bd. 12, 1868: Voigtel, Der Handlungs-Bevollmächtigte und der Handels-Bevollmächtigte, S. 300ff.; in Bd. 13, 1869: Eyber, Die Agenten und ihre handelsrechtliche Stellung, S. 386ff.

C. S. Grünhut, Das Recht des Commissionshandels, Wien 1879.
A. Weidmann, Das Kommissionsgeschäft, 2 Bde., Hannover 1908.

G. Simmel, Soziologie, Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung, Leipzig 1908.
Ders., Über soziale Differenzierung, aus: Staats- und sozialwissenschaftliche Forschungen, Bd. X, Heft 1, Leipzig 1890.
M. Kraft, Das System der Technischen Arbeit, Leipzig 1902.
O. Nagel, Die Welt als Arbeit, Stuttgart 1909.

Vita.

Am 29. Juni 1876 bin ich, Paul August Wilhelm Behm, zu Berlin als preußischer Staatsangehöriger geboren. Meine Eltern sind der verstorbene Bäckermeister August Behm und seine Ehefrau Wilhelmine Behm geb. Steinmann. Ich bin im evangelischen Bekenntnis aufgewachsen und besuchte zuerst die Volksschule, dann das Andreas-Realgymnasium zu Berlin; am 26. März 1895 erlangte ich das Zeugnis der Reife. Ich erwählte zunächst den Beruf eines Maschinen-Ingenieurs. Nach der erforderlichen praktischen Ausbildung, die ich in der Hauptsache in der Eisenbahnhauptwerkstätte zu Tempelhof erwarb, absolvierte ich die Technische Hochschule zu Charlottenburg. Hier wurde mir zugleich die erste Einführung in die nationalökonomische Wissenschaft zu teil, und zwar durch Herrn Geheimrat Paasche, dem ich das lebhafteste Interesse für dieses Studiengebiet verdanke. Auch aus dem technischen Unterricht der Herren Professoren Riedler und Kammerer entnahm ich für diese Richtung meines Bildungsganges weitere Anregung. Seitdem verlor ich das Studium der Volkswirtschaftslehre nicht mehr aus den Augen: habe ich es anfangs mehr nebenher betrieben, namentlich neben einer Tätigkeit in der technischen Praxis, besonders im Patentfache, so widmete ich mich ihm alsdann, vom Winter 1903/04 ab, berufsgemäß in einem ordnungsmäßigen Studiengange an der Universität Berlin, der sich in weitem Umfange zugleich auf die nächstliegenden juristischen Fächer erstreckte. Meine Lehrer waren hauptsächlich die Herren: Exzellenz v. Schmoller, Prof. Sering, der am 28. Juni 1909 verstorbene Wirkliche Admiralitätsrat von Halle und Prof. v. Wenckstern; weiterhin die Herren Professoren: v. Bortkiewicz, Eberstadt, Rießer, v. Gierke, Kahl, Hintze, Delbrück, Simmel, Paulsen und Pfleiderer. Diesen Männern weiß ich für alle Anregungen, die sie mir dargeboten, vielen Dank. Nach Abschluß meiner Studien bin ich in die volkswirtschaftliche Praxis eingetreten, und zwar als Sekretär des „Centralverbandes Deutscher Handelsagenten-Vereine“; z. Zt. bin ich in gleicher Weise beim „Verein deutscher Maschinenbau-Anstalten“ zu Düsseldorf tätig.